

دراسات في ..

نظريات الرأي العام

دكتورة

شيماء ذوالفقار زعبي
كلية الإعلام - جامعة القاهرة

دكتور

أيمن منصور ندا
كلية الإعلام - جامعة القاهرة

المدينة برس

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"رَبَّنَا آتِنَا مِنْ لَدُنْكَ رَحْمَةً
وَهَيِّئْ لَنَا مِنْ أَمْرِنَا رَشْحًا"

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

المؤمنون - الآية ١٠

إقرأ

إلى أيننا الغالية

نادين ..

أملأ في غدٍ أفضل

ومستقبل أجمل.

جدول المحتويات

١١	مقدمة:
١٥	الجزء الأول: نظريات إدراك الرأي العام
١٧	الفصل الأول: نظرية تأثرية الآخرين
١٩	تمهيد:
٢٣	المبحث الأول: جذور النظرية وفروضها ومتغيراتها الأساسية
٢٥	جذور النظرية
٢٦	فروض النظرية
٣٧	المتغيرات الوسيطة المحددة لتأثيرية الآخرين
	المبحث الثاني: بعض تطبيقات نظرية تأثيرية الآخرين في المجتمع
٤٥	المصري
٤٧	التطبيق الأول
٦١	التطبيق الثاني
٦٨	التطبيق الثالث
٧٣	مناقشة نتائج الدراسة
٧٩	هوامش الفصل الأول
٨٥	الفصل الثاني: ظاهرة "توهم المعرفة" في استطلاعات الرأي العام
٨٧	تمهيد:
٩١	المبحث الثالث: الأسس النظرية لظاهرة "توهم المعرفة"
٩٢	أولاً: توهم المعرفة: المصطلح، المفهوم، أسباب الحدوث
٩٨	ثانياً: المقاربات النظرية الإعلامية المرتبطة بالظاهرة
١٠٤	ثالثاً: الدراسات السابقة المرتبطة بالظاهرة
١١١	المبحث الرابع: الجوانب التطبيقية للدراسة
١١٣	أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة
١٢٤	ثانياً: نتائج الدراسة
١٤٢	مناقشة نتائج الدراسة

نظريات الراى العام	
١٤٦	هوامش الفصل الثانى
١٥٢	الجزء الثانى: نظريات تشكيل اتجاهات الراى العام
١٥٥	الفصل الثالث: نظرية التهيئة المعرفية
١٥٧	تمهيد:
١٦١	المبحث الخامس: الإطار النظرى للدراسة (نظرية التهيئة المعرفية)
١٦٤	الفرض الرئيسى للنظرية
١٦٥	جذور النظرية فى علم النفس المعرفى
١٦٨	المفاهيم الأساسية للنظرية
١٧٢	فرضيات النظرية
١٧٣	متغيرات النظرية
١٧٥	الدراسات السابقة
١٨٧	المبحث السادس: الإطار التطبيقى للدراسة
١٨٩	فروض الدراسة
١٩٢	منهج الدراسة
١٩٧	نتائج اختبارات الفروض
١٨٤	الخلاصة
١٨٦	هوامش الفصل الثالث
٢١٧	الفصل الرابع: نماذج تشكيل الاتجاهات من منظور الاستجابة المعرفية
٢١٩	تمهيد:
٢٢١	المبحث السابع: الإطار النظرى للدراسة
٢٢٣	أولاً: نموذج احتمالية إعمال العقل ELM
٢٢٤	ثانياً: نموذج التلقى - القبول - العينة RAS
٢٤٩	المبحث الثامن: الإطار التطبيقى للدراسة
٢٥١	مشكلة الدراسة
٢٥١	فروض الدراسة
٢٥٤	المناهج البحثية التى اعتمدت عليها الدراسة

المحتويات نظريات الراى العام

نتائج الدراسة	٢٦٣
الخلاصة	٣٠٥
نموذج "التلقى - إعمال العقل - القبول REA"	٢٠٥
هوامش الفصل الرابع	٢٠٧
قائمة بأهم المصادر	٣١٩

المقدمة نظريات الرأي العام

إذا كان "الانفجار المعرفي والمعلوماتي" يمثل "سمة عامة" للعقدين الأخيرين من القرن العشرين، فإنه يمثل "سمة خاصة" و "علامة مميزة" لمجال تطور نظريات الإعلام بصفة عامة ونظريات الرأي العام بصفة خاصة، بحيث يمكن القول إن ما تم إنتاجه من نظريات ومقاربات وفرضيات علمية خلال هذين العقدين يكاد يفوق ما تم إنتاجه خلال السبعين عاماً السابقة عليها. يضاف إلى ذلك، وينتج في الوقت ذاته عنه، أن هذه النظريات أصبحت، بحكم التراكم العلمي، أكثر عمقاً واستيعاباً لطبيعة الرأي العام من ناحية، وأكثر تحديداً ومنهجية في قياس العوامل المرتبطة به والمحددة له من ناحية أخرى.

وإذا كان الباحثون في الرأي العام والمنظرون له قد حاولوا، طوال سبعين عاماً، إيجاد نظرية عامة للرأي العام: تصف آلياته، وتحدد مكوناته، وتحلل علاقاته، وتتنبأ باتجاهاته، بما يمثل "اتجاهاً بحثياً افتقياً"، فإن الباحثين في العقدين الأخيرين قد اتجهوا إلى "التخصص الدقيق" وإلى "الاتجاه رأسياً" في دراسة الرأي العام، الأمر الذي أدى إلى ظهور عشرات النظريات "المتخصصة" والمتعمقة في دراسة جزئيات محددة وأبعاد معينة، من ذلك مثلاً ذلك العدد الكبير من النظريات والمقاربات التي حاولت دراسة معتقدات الأفراد ومذركاتهم عن اتجاهات الرأي العام وتوجهاته **Public Beliefs About Beliefs of the Public** أو بمعنى لائق "كيف يدرك الرأي العام الرأي العام". **Public Opinion About Public Opinion**، ومن هذه النظريات والمقاربات (التي لم تحظ حتى الآن باهتمام كاف من الباحثين العرب) نظرية تكوين المعنى **Sense Making Theory**، ونظرية تأثيرية الآخرين **Third- Persons Effect** ونظرية دومة الصمت **Spiral of Silence** ونظرية الاتفاق (الاجماع) الزائف **False Consensus Theory** ونموذج التوقعات (الاستنتاجات) المستمدة من وسائل الإعلام **Persuasive Press Inferences**، وفرضية النظرة العدائية تجاه وسائل الإعلام **Hostile Media Effect** وغيرها.

أما على صعيد الاتجاهات، والتي يعتبرها كثير من الباحثين مرادفاً لمصطلح الرأي العام ذاته أو على الأقل أهم أبعاده وأبرز مكوناته، فقد تشعبت النظريات

نظريات الراى العام ===== المقدمة

والمقاربات المتعلقة بها تشعباً كبيراً، وظهرت توجهات بحثية عديدة ومدارس علمية متنوعة داخل كل شعبة منها، من ذلك مثلاً الاتجاه المعرفى فى دراسة الراى العام الذى يندرج تحته منظور معالجة المعلومات Information Processing بنظرياته ونماذجه المختلفة (مثل: النموذج الاحتمالى المنطقى Probabilistical Model، ونماذج التوقع - القيمة Expectancy- Value Models ونظرية تكامل المعلومات Information Integration Theory وغيرها).

ويندرج تحته، أيضاً، منظور الاستجابة المعرفية Cognitive Response بنظرياته ونماذجه المتعددة (مثل: نظرية إدراك الذات لبىم Bem's Self- Perception Theory، ونموذج احتمالية إصمال العقل Elaboration Licklehood Model ونموذج بريكلر ووجنز Breckler & Wiggins وغيرها).

كما يندرج تحت هذا الاتجاه (الاتجاه المعرفى) بعض نظريات الراى العام ذات الطابع السياسى (مثل نظرية التهيئة المعرفية Cognitive Priming Theory، والنموذج الديناميكى للاختيار السياسى Dynamic Model of Political Choice ونموذج الاختيار العقلانى Rational Choice Model وغيرها).

نخلص مما سبق إلى حاجتنا - كباحثين عرب - إلى رسم "خارطة جديدة" لنظريات الراى العام، وتغيير "الحدود التقليدية" و "الأطر الكلاسيكية" و "الأبعاد النمطية" التى لم تعد تلبى الاحتياجات البحثية الراهنة ولا تقوم بدورها الوظيفى التفسيرى فى مجال الراى العام. ولن يتأتى ذلك إلا من خلال رصد ومتابعة الاتجاهات والنظريات الحديثة ومحاولة اختبارها وإخضاعها لمتطلبات واقعا العربى بخصائصه ومسماته الخاصة، كخطوة أولى (وإن طال زمنها وتعرض لها كثيرون بالنقد) نحو بناء نظرية أو عدة نظريات عربية تفسر ظاهرة الراى العام فى عالما العربى وتستطيع التنبؤ باتجاهاته وتوجهاته على نحو دقيق، ولسنا نرى فى ذلك إفراطاً فى التفاؤل وإن اتهمنا البعض بذلك، أو نراه "مهمة مستحيلة" وإن اعتبرها البعض كذلك.

والكتاب الذى بين أيدينا مقسم إلى جزئين، اختص بكل جزء منهما أحد

المؤلفين، وهما:

الجزء الأول: ويتكون من فصلين وأربعة مباحث، ويتناول نماذج من النظريات التى حاولت دراسة معتقدات الأفراد ومذركاتهم عن اتجاهات الراى العام وتوجهاته.

ففى الفصل الأول وعنوانه نظرية تأثيرية الآخرين فى دراسات الراى العام: تشير إلى جذور النظرية وفروضها ومتغيراتها الأساسية ونتائج بعض الدراسات التى تم تطبيقها فى المجتمع العربى، ونعرض لنتائج ثلاث تطبيقات تم إجراؤها لاختبار النظرية فى المجتمع المصرى.

وفى الفصل الثانى وعنوانه ظاهرة توهم المعرفة: فى استطلاعات الراى العام فى مصر تشير لمفهوم "توهم المعرفة" فى الدراسات النفسية الاجتماعية، وفى دراسات الراى العام والنظريات المفسرة لحدوث الظاهرة، مركزين على دور وسائل الإعلام فيها، ونعرض لنتائج الدراسة التى تم تطبيقها على ثلاث قضايا مجتمعية شغلت الراى العام المصرى وقت تطبيق الدراسة.

الجزء الثانى: ويتكون من فصلين أيضاً وأربعة مباحث، ويتناول نماذج للنظريات التى ركزت على تشكيل اتجاهات الراى العام وذلك من المنظور المعرفى.

ففى الفصل الثالث وعنوانه نظرية التهينة المعرفية: تشير إلى النظرية من حيث جذورها وفروضها ومفاهيمها الأساسية ومنهجية قياسها، ونعرض لنتائج تطبيقها على عينة من طلاب الجامعة فى مصر، وذلك بالتطبيق على موضوع "أداء الحكومة المصرية".

أما الفصل الرابع وعنوانه نماذج تشكيل الاتجاهات من منظور الاستجابة المعرفية: فنعرض فيه لنموذجين من نماذج منظور الاستجابة المعرفية وهما: نموذج احتمالية إعمال العقل (ELM) ونموذج التلقى - القبول - العينة Reception - Acceptance- Sample Model، ونقدم عرضاً لنتائج تطبيقين تم إجراؤهما لاختبار متغيرات هذين النموذجين فى المجتمع المصرى، ثم نعرض لنموذج مقترح (نموذج REA) يمكن من خلاله إحداث نوع من التكامل بين هذين النموذجين.

نظريات الرأى العام المقدمة

وتجدر الإشارة هنا إلى أن الدراسات الأربعة التى يتضمنها هذا الكتاب إضافة إلى كونها تقدم نظريات ونماذج جديدة نسبياً فى دراسات الرأى العام العربية فإنها تحتوى على رصد لاتجاهات الرأى العام المصرى تجاه عدد من القضايا المجتمعية المهمة التى شغلت الرأى العام المصرى بشكل أو بآخر ومنها:

- قضية المقاطعة مع إسرائيل والولايات المتحدة.
 - قضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب.
 - قضية إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك.
 - قضية تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات المصرية.
- كما تحتوى على بيانات عن اتجاهات الرأى العام نحو أداء الحكومة المصرية ونحو قانون التعريف الجمركية الجديد.

بقى أن نشير إلى أنه لولا تشجيع وموازرة لستاذتنا الفاضلة الأستاذة الدكتورة/ منى الحيدى عميد الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ولولا نصائحها وتوجيهاتها لنا ما ظهر هذا الكتاب بصورته الحالية، فالشكر الجزيل لها دائماً، وجزاها الله عنا كل خير.

أيمن منصور ندا

شيماء ذو الفقار زغيب

القاهرة ٢٠٠٣/٨/١

الجزء الأول
نظريات إدراك الراى العام

الفصل الأول
نظرية تأثيرية الآخرين

نظرية تأثيرية الآخرين فى دراسات الراى العام (اسسها النظرية وبعض تطبيقاتها فى المجتمع المصرى)

تمهيد :

نعود جذور نظرية^(*) تأثيرية الآخرين^(**) Third- persons Effect إلى عالم الاجتماع الألماني فيليبس دافيسون Philips Davison (١٩٨٣) الذى لفت انتباهه مجموعة من الملاحظات والتجارب دفعته إلى وضع نظريته^(١) التى تطورت من مجرد ملاحظة قد تبدو، للبعض، خادعة Intriguing إلى مجال خصص للدراسات الإعلامية Fertile Line of Communication Researchs^(٢).

وينظر بعض الباحثين إلى هذه النظرية باعتبارها "منظوراً مبتكراً وجديداً فى دراسة الراى العام"^(٣) كما يشير البعض إلى كون فروضها "جذابة جداً"^(٤) وإلى كونها "مدخلاً رئيساً لقياس تأثيرات وسائل الإعلام"^(٥).

وينص الفرض الأساس الأول لهذه النظرية على أن "الأفراد يميلون إلى المبالغة فى تقييم تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات وسلوك الأفراد الآخرين"^(٦) بحيث "يعتقدون أن التأثير الأكبر لوسائل الإعلام لن يكون على (الشخص الأول): on me: the first person ولا عليك (الشخص الثانى) on you: the second person وإنما عليهم (الأشخاص الآخرين) on them: the third persons"^(٧). أما الفرض الأساس الثانى فيشير إلى أن الأفراد، نتيجة لهذا الموقف الإدراكى، سوف يتخذون موقفاً ويقومون بفعل من شأنه حماية الآخرين من التأثيرات الناتجة عن التعرض

(*) توجد مصطلحات متعددة استخدمها الباحثون لوصف هذا التوجه البحثى وتباين هذه المصطلحات من حيث الاتساع والضيق، ومنها: فرضية Hypothesis مقاربة أو مدخل Approach، منظور بحثى Perspective، وظاهرة phenomenon وغيرها.
(**) الترجمة الحرفية لهذه النظرية هى "نظرية تأثير الشخص الثالث" غير أنها ترجمة لا توضح جوهر النظرية أو تدبر عن فروضها بل تمكسها على ما سيتم توضيحه فى متن الدراسة. وقد اختار الباحث كلمة "تأثيرية"، بدلاً عن "القابلية للتأثر" واختار كلمة "الآخرين" بدلاً عن "الأشخاص أو الأفراد الآخرين" وذلك كحداولة لك مصطلح يتسم بالوضوح والاختصار من ناحية وبالذقة من ناحية أخرى.

وتتشابه هذه النظرية، في منظورها العام، مع بعض النظريات والمداخل والمقاربات الأخرى مثل نظرية تمثيل المعلومات، ونظرية تكوين المعنى Sense Making Theory ومدخل الاستخدامات والإشباع من حيث تأكيدها على أن ما يدركه الفرد من وسائل الإعلام قد يكون أكثر أهمية من المضمون الذي يتم تقديمه في هذه الوسائل.

كما تتشابه هذه النظرية أيضاً مع بعض نظريات الرأي العام مثل نظرية توهيم المعرفة Pluralistic Ignorance و نظرية دوامة الصمت Spiral of Silence من حيث كونها نظريات تركز على أن مبركات الأفراد ومفاهيمهم عن الأحداث هي من الأهمية بالنسبة لتكوين الرأي العام، كما تفترض هذه النظريات أن كثيراً من تصرفات الأفراد السياسية والاجتماعية هي نتاج لمبركاتهم عن الواقع، ولافتراضاتهم عن البيئة الاتصالية وطريقة بنائهم للأحداث السياسية والاجتماعية^(٩).

في الوقت نفسه تختلف هذه النظرية بشدة وتباين منطلقاتها مع منطلقات منظورين معاصرين في دراسة الرأي العام وهما:-

- نظرية الرؤية المنعكسة^(١٠) The looking Glass Self - View

- نظرية الاتفاق (الإجماع) الزائف False Consensus Theory

وهذان المنظوران يشيران إلى أن الأفراد يبالغون في تقدير حجم ونسبة الآخرين الذين يتفقون معهم في وجهة نظرهم عن القضايا الاجتماعية والسياسية، كما يشيران إلى أن الأفراد يمتصون وجهات نظر الآخرين السياسية والاجتماعية وينسبون لها لأنفسهم. أما نظرية "تأثيرية الآخرين" فهي مثال ونموذج للتناقض في إصدار الأحكام Judgmental Contrast، فبدلاً من افتراض أن الآخرين سيستقبلون الرسالة الإعلامية ويتأثرون بها بالطريقة التي يستقبلها الفرد ويتأثر بها فإنها تفترض العكس: الآخرون سيتأثرون بشدة بما يقال لهم ولكن أي الشخص المتحدث لن يتأثر بهذه الدرجة^(١١).

(٨) المقصود بالرؤية القائمة على انعكاس الآخرين في مرآة الذات، بحيث يظهرون كأنهم يتفقون مع الفرد في آرائه وتوجهاته.

وعلى الرغم من تعدد الدراسات التي طبقت نظرية تأثيرية الآخرين فى السترات الغربى وتنميتها بشدة، خاصة منذ منتصف التسعينيات، فإنه لا توجد دراسة عربية واحدة (فى حدود ما أطلع عليه الباحث) قد حاولت اختبار هذه النظرية فى مجتمعاتنا العربية بخصائصها وسماتها الخاصة، وهو ما تحاول هذه الدراسة.

وعلى هذا تتمثل مشكلة الدراسة وتتحدد أهدافها فى اختبار فروض ومتغيرات النظرية فى بيئة اتصالية جديدة (المجتمع المصرى) وعلى جمهور يختلف "نسبياً" فى سماته وصفاته عن المجتمع الغربى، وصولاً إلى رؤية واضحة لمدى عمومية فروض هذه النظرية ولدرجة تحققها وثبوتها فى المجتمعات المختلفة.

على أنه لا بد من الإشارة أيضاً إلى أن الدراسة الحالية، فى جوهرها، هى محاولة "تطوير" و "ربط" و "استخلاص أطر عامة" من ثلاث دراسات أو تطبيقات منفصلة قام بها الباحث خلال عام ٢٠٠١ لبلورة مفاهيم هذه النظرية واختبار فروضها الرئيسية:-

الدراسة الأولى: تم تطبيقها على ٢٠٠ مفردة (من سكان القاهرة الكبرى) عن تأثير التعرض لمضمونين تليفزيونيين أحدهما إيجابى (البرامج الدينية) والآخر سلبى (برامج العنف وأفلام الأكشن).

الدراسة الثانية: تم تطبيقها على ١٧٠ مفردة (ممن يمتلكون الدش) عن تأثير التعرض للقنوات الفضائية التى تقدم أفلاماً خليعة "البورنو".

الدراسة الثالثة: تم تطبيقها على ١٠٠ طالب من طلاب الجامعة الأمريكية (ممن يستخدمون الإنترنت) عن تأثير التعرض للمواقع الإباحية (X. & R. Rated Materials).

ويتم عرض نتائج هذه الدراسة "المجمعة" على مستويين:-

المستوى الأفقى: حيث يعرض الباحث لنتائج اختبارات فروض كل دراسة على حدة بصورة مستقلة عن الدراسات الأخرى.

المستوى الرأسى: حيث يحاول الباحث تقديم رؤية عامة لنتائج اختبار فروض النظرية فى المجتمع المصرى من خلال التطبيقات الثلاثة.

الفصل الأول نظريات الرأى العام

ويمكن عرض عناصر ومحاوِر هذه الدراسة من خلال المبحثين التاليين :-
المبحث الأول: نظرية تأثيرية الآخرين: جذورها، فروضها، متغيراتها الأساسية ونتائج تطبيقها.

المبحث الثانى: بعض تطبيقات نظرية تأثيرية الآخرين فى المجتمع المصرى .
ويعقب هذين المبحثين مناقشة لأهم نتائج التطبيقات الثلاثة ومقترحات لدراسات لاحقة فى هذا الموضوع.

المبحث الاول
نظرية تاثيرية الآخرين
جذورها، فروضها، متغيراتها الاساسية
ونائج تطبيقها

جذور نظرية تأثيرية الآخرين : ملاحظات دافيسون وتجارب الشخصية:

لشار دافيسون (١٩٨٣) (١١) إلى عدة ملاحظات وتجارب قادت إلى التفكير ودفعته نحو التوصل لهذه النظرية منها:

(١) الدعاية اليابانية في الحرب العالمية الثانية:

يشير دافيسون إلى قصة إسقاط القنابل اليابانية منشورات دعائية على وحدة عسكرية أمريكية في جزيرة Iwa Jima في المحيط الهادئ معظم أفرادها من الأمريكيين السود ويرأسها ضباط بيض، وتدعو هذه المنشورات السود إلى الاستسلام أو الانسحاب، لأن هذه الحرب هي حرب ضد الرجل الأبيض White man's war وليست هناك خصومة مع الرجل الأسود الذي يجب ألا يخطر بباله لو يضحي بنفسه من أجل البيض. وقد كان لهذه المنشورات تأثيرها الفوري إذ انسحبت هذه الوحدة في اليوم التالي، غير أن ما أثار دافيسون في هذه القصة هو ما قيل عن أن سبب الانسحاب لم يكن ضغط السود ورجعتهم في الانسحاب ولكن اعتقاد الضباط البيض في أن مثل هذه المنشورات قد يكون لها تأثيرها السلبي الكبير على السود !!

(٢) مؤتمر دور وسائل الإعلام في تشكيل السياسة الخارجية:

خلال اشتراكه في مؤتمر عنونه "دور وسائل إعلام ألمانيا الغربية في تشكيل سياسة بون الخارجية" سأل دافيسون عدداً من الصحفيين عن التأثير المحتمل لوسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو هذه السياسات، أجاب الصحفيون بأن "مثل هذه المواد الإعلامية قد يكون لها تأثير ضئيل للغاية على أمثالنا "الشخص الأول" وعلى أمثالكم "الشخص الثاني" ولكن القارئ العادي "الشخص الثالث" سوف يتأثر كثيراً بها" !!.

(٣) تأثير الحملات السياسية في الانتخابات الألمانية:

لشار دافيسون إلى أنه في إحدى الانتخابات المحلية في ألمانيا، تطوع لخدمة مرشح الحزب الذي ينتمي إليه، وقبل موعد الانتخابات بيومين وجد دافيسون في صندوق بريده بعض النشرات الدعائية التي تدعم المرشح المنافس، وقد دهش الباحث

نظريات الرأى العام الفصل الأول

من مستوى جودة هذه النشرات ولّيّن أنها سيكون لها تأثير كبير، وسوف تجذب عدداً كبيراً من الناخبين لصالح هذا المرشح، وبدون تفكير طويل، شرع دافيسون في إعداد منشورات مضادة بنفس مستواها، ولأخذ بنفسه يوزع هذه المنشورات . الغريب، من وجهة نظر دافيسون، أن التحليلات الرسمية التي أعقبت هذه الانتخابات أشارت إلى أنه لم يكن لأى من الحملات الدعائية لكلا المرشحين أى تأثير على الناخبين.

وعندها سأل دافيسون نفسه: لماذا افترضت أن المنشورات الدعائية للمرشح المنافس سيكون لها تأثير كبير على الآخرين ؟^(*)

هذه الملاحظات والتجارب السابقة دفعت دافيسون إلى مراجعة أدبيات الاتصال والرأى العام بحثاً عن دلائل بحثية تؤيد ملاحظاته الأولية وإن كان ما وصل إليه كان مجموعة من العبارات والجمال المتناثرة التي قد تشير أكثر من كونها تؤكد، وقد تساعد على بناء نظرية أكثر من قياسها بعملية البناء ذاتها.

فروض النظرية:

أولاً: الفرض الإدراكي Perceptual Hypothesis^(*):

يشير الفرض الإدراكي، على النحو الذى صاغه دافيسون (١٩٨٣) إلى أن "الأفراد" الذين هم أعضاء فى جماعة ما تستقبل رسالة إقناعية معينة، يعتقدون أن الرسائل الإقناعية يكون تأثيرها على الآخرين أكبر بكثير من تأثيرها عليهم^(١).

ويمكن صياغة الفرض الإدراكي بصورة يمكن اختبارها إمبيريقياً على النحو التالى:

توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرات وسائل الإعلام على أنفسهم من ناحية وعلى الآخرين من ناحية أخرى، بحيث ينسب الأفراد تأثيرات أكبر لوسائل الإعلام على الآخرين مقارنة بهم^(*).

(*) توجد مصطلحات أخرى عديدة أطلقها الباحثون على هذا الفرض منها: فرضية التحيز الإدراكي Perceptual Bias، فرضية فجوة الإدراك Perceptual Gap، فرضية التباين بين الأنا والآخر Self-Other Discrepancy، فرضية إدراك الشخص الآخر Third person perception، ويستخدم بعض الباحثين مصطلح المكون Component بدلاً لمصطلح الفرض (الفرضية) Hypothesis.

• الأسس النفسية والمعرفية للفرض الإدراكي:

توجد عدة تفسيرات حاول الباحثون من خلالها وضع أسس فكرية ومنطقية لهذا الفرض منها:

١. التفسير القائم على فكرة "التفاؤل غير المبني على أساس واقعي Unrealistic Optimism أو الميل (التحيز) نحو التفاؤل Optimistic Bias. وصاحب هذا التفسير هو "وينشتاين" Weinstion الذى صاغه فى دراساته عديدة له^(١٦)، ووفقاً له، فإن الأفراد، بصفة عامة، يعتقدون أنهم أقل احتمالاً للتأثر بالأحداث السلبية مقارنة بالآخرين، ويعتقدون أنهم أكثر احتمالاً للتأثر بالأحداث الإيجابية مقارنة بالآخرين، ويعتقدون أنهم أقل قابلية للاختراق less vulnerable أو للتعرض للأخطار مقارنة بالآخرين^(١٧) وذلك استجابة وتعبيراً عما يمكن تسميته بـ "وهم التفوق الخادع (الزائف)" illusory superiority^(١٨).
- وقد وجد هذا الفرض، الذى صاغه وينشتاين، تأكيداً كبيراً من عدد من الدراسات التى أجريت فى عديد من السياقات من ضمنها الإصابة بالإيدز^(١٩)، أخطار الحمل^(٢٠)، المخاطر الصحية العامة^(٢١).
٢. التفسير القائم على فروض نظرية النسبة Attribution Theory: ويقوم هذا التفسير على مبدأ "خطأ النسبة الرئيسى" Fundamental Attribution Error (FAE) الذى يحدث عندما ينسب الأفراد تصرفاتهم الإيجابية لعوامل مزاجية Dispositional وينسبون تصرفات الآخرين لعوامل موقفية Situational، وفى حالة التصرفات السلبية يحدث العكس بالنسبة للفرد، إذ ينسب الفرد تصرفاته لعوامل موقفية وتصرفات الآخرين لعوامل مزاجية^(٢٢).
- ويشير جانثر (١٩٩١) Gunther، اعتماداً على هذا المبدأ، إلى أنه "عندما يتم تقدير تأثير الرسائل الإعلامية على الآخرين فإن الأفراد يميلون إلى التقليل من شأن العوامل الموقفية (الخارجية) وينسبون، إلى حد كبير، تغير آراء واتجاهات الآخرين - نتيجة تعرضهم للوسائل الإعلامية - لعوامل مزاجية خاصة بالآخرين"^(٢٣).
٣. التفسير القائم على فكرتى التهويل والتهمين / overestimation

underestimation: يشير بيرلوف (1993-1996)^(٢١) إلى أن هناك

فكرتين يمكن من خلالها تفسير وتبرير الفرض الإدراكي:-

- فكرة التهويل: الأفراد يبالغون فى تقدير تأثير وسائل الإعلام على الآخرين.
- فكرة التهوين: الأفراد يقللون من تقدير تأثير وسائل الإعلام على أنفسهم. ولكل فكرة من هاتين الفكرتين منطقها ومبرراتها.

(أ) التهويل فى تقدير التأثيرات على الآخرين Overestimation:

ويقوم هذا التفسير على أن الأفراد لديهم بناءات معرفية ومعتقدات تشير إلى أن الوسائل الإعلامية لها تأثير كبير على متلقيها، وأن الجمهور لديه قابلية واستعداد للتأثر بهذه الرسائل، وأن تقديم هذه الرسائل فى شكل قصص أو إذاعتها حبة vivid قد يعزز من تأثيراتها الإقناعية^(٢٢).

(ب) التهوين من شأن التأثيرات على النفس Underestimation:

وتقوم هذه الفكرة على ثلاثة بناءات (مكونات):-

- معرفى Cognitive: يشير إلى أن الأفراد لديهم رؤية غير واضحة لوظائفهم النفسية، ومن ثم فإنهم يفترضون أنهم لن يتأثروا بما تقدمه وسائل الإعلام من موضوعات.

- دافعى Motivational: يشير إلى أن الأفراد يحتاجون إلى الاعتقاد فى كونهم غير قابلين للتأثر (الاختراق) Invulnerable بأحداث الحياة السلبية، وذلك استجابة لما يمكن تسميته بـ "وهم السيطرة / التحكم illusion of control" وذلك بهدف دعم وتقوية هوية الفرد one's self identity.

- نفسى Psychological: يشير إلى أن هناك بعض العمليات النفسية التى تحدث بطريقة لا شعورية تتدخل فى الموضوع، منها أن الأفراد يسقطون project اعتقاداتهم عن تأثير وسائل الإعلام على الآخرين، وكذلك فإنهم ليست لديهم الرغبة أو القدرة على الاعتراف أمام النفس بأن وسائل الإعلام لها تأثير عليهم، ولذلك فإن الأفراد قد يجدون أنه من المستساغ نفسياً palatable افتراض أن الآخرين هم الذين يتأثرون وليس هم^(٢٣).

وفى إطار مقارنته بين نتائج الدراسات التى تشير إلى فكرتى التهويل والتسويل أشار بيرلوف إلى عدم إمكانية ترجيح فكرة على الأخرى خاصة وأن هناك أدلة بحثية على أن الفرد يقوم بالعملتين معاً: التهويل والتسويل^(٢٤).

• نتائج بعض الدراسات المتعلقة باختبار الفرض الإدراكى:

وجد الفرض الإدراكى فى النظرية تأييداً إمبريقياً قوياً Robust من عدد كبير من الدراسات، فعلى دراسة بيرلوف (١٩٩٦) Perloff والتى عرض فيها نتائج ١٦ دراسة أجريت لاختبار النظرية وجد الباحث أن دراسة واحدة فقط هى التى لم يثبت فيها الفرض وهى دراسة جلين وأوستمان (١٩٨٨) Glynn & Ostman وأرجع بيرلوف عدم إثبات الفرض فى هذه الدراسة إلى كونها قد حاولت اختبار الفرض بطريقة غير مباشرة، إذ كانت تبحث فى أسئلتها عن إدراك التوافق مع تأثير الجماعة أكبر من بحثها إدراك التأثيرات المحتملة لرسالة معينة^(٢٥).

ويمكن الإشارة إلى نتائج بعض الدراسات السابقة لهذه الدراسة واللاحقة عليها على النحو التالى:- فى الدراسة التى أجراها لازورسا (١٩٨٩) Lasorsa لاختبار تأثير المسلسل التلفزيونى Amerika^(٢٦)، خلصت الدراسة إلى أن ٣١% من المبحوثين يعتقدون أن للمسلسل تأثيراً قوياً على الاتجاهات السياسية للآخرين مقارنة بهم، فى حين ذهب ٧% إلى أن تأثير هذا المسلسل عليهم أكبر من تأثيره على الآخرين^(٢٦).

- وفى الدراسة التى أجراها روسينسكى وسالمون (١٩٩٠) Rucinski & Salmon: خلص الباحثان إلى أن عينة الدراسة من الأمريكيين الذين قدروا تأثيرات خمس أنواع من الرسائل الاتصالية السياسية على قراراتهم التصويتية قد ذهبوا إلى أن تأثير هذه الرسائل على الآخرين أكبر من تأثيرها عليهم عند اتخاذهم قرار التصويت^(٢٧).

- وفى الدراسة التى أجراها جريس وولد (١٩٩٢) Griswold: أشار الباحث إلى

(*) هكذا ورد اسم المسلسل فى الدراسة، وهذا المسلسل يصور الحياة فى الولايات المتحدة بعد الإنهيار السلى (غير النموى) للاتحاد السوفيتى.

وجود دليل على صحة الفرض الإدراكى لدى الناخبين فى جورجيا أثناء الانتخابات الرئاسية الأولية Georgia presidential primacy^(٢٨).

- وفى الدراسة التى أجراها دوك، وهوج، وتيرى (١٩٩٥) Duck, Hogg & Terry: وذلك على عينة مكونة من ٥٤ طالباً جامعياً منتمين للأحزاب السياسية الكبرى فى أستراليا، وذلك قبل ثلاثة أيام من إجراء الانتخابات الفيدرالية فى أستراليا، أشارت نتائج الدراسة إلى أن المبحوثين يعتقدون فى أن الآخرين أكثر قابلية للتأثر بالحملات الإعلامية مقارنة بأنفسهم^(٢٩).

- وفى الدراسة التى أجراها هورينز وروينر (١٩٩٦) Hoorens & Ruiter: على عينة من الطلاب (١١٩) فى جامعة تيلبرج Tilburg وذلك بالتطبيق على ١٢ نوعاً من الرسائل الإعلامية تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى خاصة بالنسبة للرسائل غير المرغوبة اجتماعياً^(٣٠).

- وفى الدراسة التى أجراها سالوين ودريسكول (١٩٩٧) Salwen & Driscoll: تطبيقاً على أخبار محاكمة أو. جى. سيمبسون^(٣١). وذلك على عينة من المراقبين (٦٠٥) فى منطقة كولومبيا، تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى القائل "يعتقد الأفراد أن التغطية الصحفية لمحاكمة سيمبسون لها تأثير أكبر على اتجاهات الآخرين مقارنة بهم"^(٣٢).

- وفى الدراسة التى أجراها ماكلويد، إيفلاند، وناتانسون (١٩٩٧) Mcleod, Eveland & Nathanson: وذلك على عينة حجمها (٢٠٢) طالب اتصال فى جامعة Delaware عرض عليهم بعض أغاني (الراب) العنيفة Violent Rap، أشار الطلاب إلى أنهم يعتقدون أن هذه الأغاني لها تأثير على الآخرين يفوق تأثيرها عليهم^(٣٣).

- وفى الدراسة التى نشرها برايس، توكسبرى، هوانج (١٩٩٨) Price, Tewksbury & Huang: عرضوا فيها نتائج دراستين: الأولى: تم إجراؤها على (٢٩٥) طالباً فى قسم الاتصال بجامعة ميتشجان، والثانية: تم إجراؤها على

(*) رياضى أمريكى تهم بقتل زوجته.

(١٤١) طالباً فى القسم نفسه، وذلك لدراسة تأثير نشر إعلانات تتضمن تشكيكاً فى "حرائق الهولوكست" (٥) على الطلاب، أشارت نتائج الدراساتين إلى ثبات الفرض الإدراكى، فالطلاب يعتقدون أن هذه الإعلانات قد تؤثر على أفكار الآخرين واتجاهاتهم بصورة أكبر من تأثيرها عليهم (٣٣).

- وفى الدراسة التى أجراها هوفنر وآخرون (Hoffner et al ١٩٩٩): وذلك على عينة مكونة من (٢٥٣) من سكان مدينة تقع فى الوسط الغربى للولايات المتحدة بالتطبيق على مواد العنف فى التلفزيون، خلصت الدراسة إلى التحقق من صحة الفرض الإدراكى، حيث يعتقد المبحوثون أن مواد العنف قد تؤثر على الآخرين بصورة أكبر منهم (٣٤).

- وفى دراسة أجراها هنريكسين وفلورا (Hanriksen & Flora ١٩٩٩): على (٥٧١) من تلاميذ الصف السابع، أشارت الدراسة إلى أن هؤلاء التلاميذ يعتقدون أن إعلانات السجائر قد تؤثر على الآخرين بصورة أكبر من تأثيرها عليهم (٣٥).

- وفى دراسة إيفلاند وآخرين (Eveland et al ١٩٩٩): والتى عرض فيها لنتائج دراستين: الأولى: أجريت على (٣٥٩) من طلاب الاتصال بجامعة Delaware، والثانية: على ١١٥ من طلاب الاتصال بجامعة California santa Barbara تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى القائل "أفراد العينة أكثر اعتقاداً فى أن الآخرين أكثر احتمالية للتعرض للمضمون السلبى فى وسائل الإعلام وأكثر قابلية للتأثر بهذا المضمون السلبى مقارنة بأنفسهم" (٣٦).

- وفى الدراسة التى أجراها سالوين ودوباجين (Salwen & Dupagne ١٩٩٩): على عينة مكونة من ٧٢١ شاباً وذلك تطبيقاً على ثلاثة أنواع من المضامين التلفزيونية: برامج العنف، المحاكمات التلفزيونية، الإعلانات السياسية السلبية، خلص الباحثان إلى التأكد من صحة الفرض الإدراكى بالنسبة للضامين الثلاثة (٣٧).

- وفى الدراسة التى أجراها تشابين (Chapin ٢٠٠٠): على عينة من تلاميذ

(٥) تطلق عليها أيضاً "مخارق اليهود"، وهى تلك المخارق المزعومة التى أعدها هتلر لليهود فى أثناء الحرب العالمية الثانية.

المدارس الأمريكية (ن-٢٢١) تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى وذلك فيما يتعلق بفرض الإصابة بمرض نقص المناعة المكتسب HIV^(٣٨).

- وفى الدراسة التى أجراها بايزر وبير (٢٠٠٠) Peiser & peter: على ٢٠٠ مراقب فى جنوب غرب ألمانيا، تم التحقق من صحة الفرض الإدراكى القائل "يميل الأفراد إلى الاعتقاد فى كونهم أقل مشاهدة للمضامين التليفزيونية غير المرغوبة اجتماعياً مقارنة بالآخرين"^(٣٩).

- وفى الدراسة التى أجراها وو وى و ساه هون كوو (٢٠٠١) Wu Wei & Sah Hoon Koo: فى سنغافورة، على وسيلة جديدة هى الإنترنت والمواقع الجنسية عليها، وتم تطبيقها على عينة مكونة من (٤٣٥) من طلاب كلية إدارة الأعمال بجامعة سنغافورة، أشارت نتائج الدراسة إلى أن الطلاب يعتقدون أن الآخرين أكثر تعرضاً لهذه المواقع كما أنهم الأكثر تأثراً بها مقارنة بأنفسهم^(٤٠).

ثانياً: الفرض السلوكى Behavioral Hypothesis:

يشير الفرض السلوكى، على النحو الذى صاغه دافيسون (١٩٨٣)، إلى أن اعتقاد الأفراد فى كون الآخرين أكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية مقارنة بهم سوف يدفعهم إلى المطالبة بوضع قيود أو فرض رقابة على المضامين الإعلامية التى يُعتقد أنها ضارة أو على الأقل يتم إدراكها والنظر إليها على أن لها تأثيرات سلبية على الآخرين^(٤١).

• الانسب النفسية والمعرفية للفرض السلوكى:

ذهب كثير من باحثى نظرية تأثرية الآخرين إلى أنه يمكن تفسير المكون السلوكى فى ضوء ما يلى:-

(١) التفسير القائم على نظرية الدافعية الوقائية Protection Motivation Theory:

تشير هذه النظرية، لروجرز Rogers، إلى أن الحكم على درجة ومدى قابلية الشخص للتأثر بالتهديد المحيط به Susceptibility وتقييمه لقوة هذا التهديد Severity قد يدفعانه، مجتمعين، إلى اتخاذ سلوك وقائى للسيطرة على هذا الخطر أو التهديد، ومن هذا المنظور فقد أصبح تأييد فرض الرقابة على وسائل

الفصل الأول نظريات الراى العام

الإعلام فى نظرية تأثيرية الآخرين هو مجرد استجابة تكيفية Adaptive Response للتعامل مع الخطر أو التهديد الذى تمثله وسائل الإعلام^(٤٧).

(٢) التفسير القائم على مفهوم الوالدية Paternalism Explanation: يقدم هذا المفهوم التبرير العقلانى للعلاقة بين الرسائل غير الأخلاقية وتأييد فرض الرقابة، حيث يشير هذا المفهوم إلى أن الأفراد يقومون بأفعال تصحيحية Corrective Actions لتحذى الآخرين (الذين يتم النظر إليهم على أنهم أكثر قابلية للتأثر بالمواد غير الأخلاقية مقارنة بأنفسهم)^(٤٨). وهذا التفسير الأبوى يصور الرقيب كأنه أب يقوم بعمل نموذجى (تمثلى) An Exemplary Act مقصود، ومن ثم يضيف على فرض الرقابة شرعية ويجعلها مقبولة من الناحية الاجتماعية^(٤٩).

• نتائج بعض الدراسات المتعلقة باختبار الفرض السلوكى:

على عكس الفرض الإدراكى ، الذى تم التحقق من صحته ولا يوجد اختلاف عليه، فإن الفرض السلوكى يثير الكثير من الجدل والنقاش وليس هناك اتفاق على صحته، كما أنه لم يثبت بصورة قاطعة، ويمكن عرض نتائج بعض الدراسات التى حاولت اختباره على النحو التالى:

- فى دراسة بيرلوف (١٩٩٣) perloff: ولتى عرض فيها نتائج ١٤ دراسة أجريت لاختبار نظرية تأثيرية الآخرين، أشار الباحث إلى أن ثلاث دراسات فقط - من ١٤ - هى التى اختبرت الفرض السلوكى وقدمت تأييداً متوسطاً Mild support لهذا الفرض^(٥٠).

- وفى دراسة موتر (١٩٨٩) Mutz: وجدت الباحثة أن إدراك تأثير التغطية الإعلامية المعارضة لقضية خلافية قد قلل من النية للإشتراك فى المناقشات الجماعية والعامية حول هذه القضية^(٥١).

- وفى دراسة روسينسكى وسالمون (١٩٩٠) Ruciniski & Salmon: ولتى تم تطبيقها على الانتخابات الأمريكية (١٩٨٨) تم إثبات الفرض الإدراكى بينما لم يثبت الفرض السلوكى^(٥٢).

نظريات الرأى العام الفصل الأول

مصر (بالإضافة إلى أرقام تليفونات وأسماء المشتركين فى شبكة فودافون Vodafone^(*)).

- بواسطة بعض البرامج الإحصائية (SPSS- Excel): تم سحب عينة عشوائية (كان عددها ٣٠٠ مفردة) وللوصول إلى العدد ٢٠٠ مفردة تم إجراء ٢٦٥ مكالمة (بلغت نسبة الاستجابة والموافقة ٧٥,٥% وهى نسبة معقولة وجيدة فى ضوء جودة التكنيك نسبياً فى مصر واعتقاد نسبة كبيرة فى كون هذه الاتصالات بغرض المعاكسة)، وبلغ متوسط المدة الزمنية للمكالمة ١٩ دقيقة^(**).
- الإطار الزمنى لجمع البيانات: تم إجراء المكالمات التليفونية خلال النصف الأول من شهر يونيو ٢٠٠١.
- خصائص العينة: يوضح الجدول التالى خصائص عينة الدراسة:

(*) بالإضافة إلى هذا الموقع يوجد قرض مضغوط (CD) يباع فى الأسواق وعليه البيانات نفسها، وتمت الاستعانة به أيضاً.

(**) مساعد الباحث فى القيام بهذه الاتصالات التليفونية الباحثون الآتى أسمائهم:

- هويدا لدر (ماجستير إعلام): رئيس قسم بحوث المشتركين بالـ ART.
- عمر فتحى: باحث بإدارة البحوث بالـ ART.
- إيمان فتحى: باحثة بإدارة البحوث بالـ ART.
- صلاح فتحى: باحث بإدارة البحوث بالـ ART.
- مروة خفاجة: باحثة بإدارة البحوث بالـ ART.

- وفي الدراسة التى أجراها جريس وولد (Griswold ١٩٩٢): أشار الباحث إلى وجود علاقة بين مدى اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخرين بالدعاية الانتخابية ومستوى الرغبة فى التصويت (النبة للتصويت) (٤٨).
- وفي دراسة مكلويد وآخرين (McLeod et al ١٩٩٦): أشار الباحثون إلى وجود علاقة بين مدى اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخرين (الفرض الإدراكى) ودرجة تأييد فرض الرقابة على الأفلام التى تصور العنف أو تتضمن مشاهد جنسية (٤٩).
- وفي الدراسة التى أجراها سالوين ودريسكول (Salwen & Driscoll ١٩٩٧): على عينة قدرها (٦٠٥) طالباً. لم يتم التحقق من الفرض السلوكى القائل بوجود ارتباط إيجابى بين مستوى الاعتقاد فى أن التغطية الصحفية لمحاكمة أو، جى، سيمبسون سيكون تأثيرها على الآخرين أكبر من تأثيرها عليهم ودرجة تأييدهم لفرض رقابة على تغطية الصحافة لهذه المحاكمة، ويفسر الباحثان عدم التحقق من هذا الفرض فى ضوء طبيعة القضية وكونها خلافية وذلك مقارنة بأفلام العنف التى لا تختلف أحد على تأثيراتها (٥٠).
- وفي دراسة ماكلويد، إيفلاند وناتلسون (McLeod, Eveland & Nathanson ١٩٩٧): التى تم إجراؤها على عينة مكونة من (٢٠٢) طالب اتصال فى جامعة Delaware ومدى اعتقادهم فى تأثير موسيقى (الراب) العنيفة على الآخرين، تم التحقق من صحة الفرض السلوكى المتعلق بفرض رقابة على هذه الموسيقى (٥١).
- وفي دراسة برايس، توكسبرى، هوتج (Price, Tewksbury & Huang ١٩٩٨): التى تم تطبيقها على إعلانات تشكك فى "حرائق الهولوكست" أشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين درجة الاعتقاد فى تأثرية الآخرين بهذه الإعلانات ومستوى الرغبة فى فرض رقابة، ومنع نشر، مثل هذه الإعلانات (٥٢).
- وفي الدراسة التى أجراها هوفنر وآخرون (Hoffner et al ١٩٩٩): وذلك على عينة مكونة من (٢٥٣) من سكان مدينة تقع فى الوسط الغربى للولايات المتحدة - خلص الباحثون إلى التحقق من صحة الفرض السلوكى فيما يتعلق بمواد العنف

في التلفزيون، بينما لم يتحقق الفرض فيما يتعلق بالمواد التي قد تشوه من صورة العالم لدى الأفراد وتجعله وضيقاً *Mean World*، وفسر الباحثون ذلك في ضوء وجهة النظر القائلة بأن تأكيد فرض الرقابة يكون مدفوعاً بصفة أساسية برغبة الفرد في حماية ووقاية المجتمع من التأثيرات السلبية المترتبة على التعرض لوسائل الإعلام، وعرض التلفزيون لمواد العنف من شأنه تهديد صحة وسلامة المواطنين، بينما نجد أن مدركات العالم الوضع هي مدركات داخلية *Internal* وليس لها ، من وجهة نظر هؤلاء الباحثين ، تأثيرات ملحوظة أو فورية على المجتمع^(٥٣).

- وفي الدراسة التي أجراها دوياجين، سالوين، بول (١٩٩٩) *Dupagne, Salwen & paul*: على عينة مكونة من (٧٢١) شاباً وذلك لاختبار الفرض السلوكي على موضوعات ثلاثة هي: مواد العنف في التلفزيون، المحاكمات للتلفزيونية، الإعلانات السياسية السلبية، خلصت الدراسة إلى أن النتائج المتعلقة بالفرض السلوكي لم تكن مؤكدة تماماً *Were less clear cut*^(٥٤).

- وفي الدراسة التي أجراها سالوين ودوياجين (١٩٩٩) *Salwen & Dupagne*: تم التأكد من صحة الفرض القائل إن "إدراك تأثيرية الآخرين بالمضامين للضارة يعتبر مؤشراً إيجابياً على تأكيد فرض الرقابة على الرسائل ذات التأثير السلبي"، كما تم التحقق جزئياً من الفرض القائل إن "إدراك التأثيرات غير الأخلاقية للمضامين الإعلانية ينتج عنها تأكيد أكبر لفرض الرقابة مقارنة بإدراك التأثيرات العامة. وخلص الباحثان إلى القول بأن تحقق الفرض السلوكي هو "تحقق مشروط" أو هو تحقق مبني على نوع القضية أو الموقف *Situationally Based*^(٥٥).

- وفي الدراسة التي أجراها فين وي و بادن (٢٠٠٠) *Ven Wei & Padden*: بهدف اقتراح طريقة مختلفة للنظر إلى العلاقة بين الفرضين الإدراكي والسلوكي، خلصت الدراسة التي تم تطبيقها على طلاب ١٥ مدرسة ثانوية (١٨٥٨-١٨٥٨) إلى التحقق من صحة الفرض السلوكي القائل إن "إدراك التأثيرات السلبية الضارة على الآخرين يمكن اعتباره مؤشراً جيداً لتأييد فرض الرقابة على أفلام العري

- وفي الدراسة التي أجراها وو وي وساه هون كوو (٢٠٠١) Wu wei & Sah Hoon Koo: في سنغافورة، تم التحقق من صحة الفرض السلوكي القائل بوجود علاقة بين الاعتقاد في تأثرية الآخرين بشدة بالمضامين الجنسية على مواقع الإنترنت والاتجاه المؤيد لفرض رقابة وقبوع عليها^(٥٧).

• المتغيرات الوسيطة المحددة لتأثرية الآخرين:

أجريت العديد من الدراسات بهدف اختبار المتغيرات والعوامل التي تؤثر على فروض النظرية وعلى منطلقاتها الأساسية، ولعل جدة النظرية وحدائتها قد أفسح المجال أمام عدد كبير من الباحثين لاختبار هذه المتغيرات وقياس فاعليتها غير أنه في المقابل جعل الاتفاق على اتجاه معين لتأثيرات هذه المتغيرات وعلى دور واضح لهذه العوامل أمراً بالغ الصعوبة.

ويمكن عرض أهم المتغيرات المطروحة للاختبار في إطار نظرية تأثرية الآخرين على النحو التالي:-

(١) المتغيرات والعوامل الخاصة بالمصدر:

- تحيز المصدر ودرجة الثقة به:

تشير نتائج بعض الدراسات إلى أن الفجوة الإدراكية Perceptual Gap (الفرض الإدراكي) تزداد حينما يتم النظر إلى مصدر الرسالة على أنه متحيز بشكل سلبي Negatively Biased^(٥٨)، أو أنه غير أهل للثقة به Untrustworthy^(٥٩)، وكذلك حينما يعزى الجمهور وينسب النية الإقناعية للمصدر^(٦٠).

ففي دراسة تجريبية أجراها كوهين وتلاميذه (١٩٨٨) Cohen عرضوا خلالها قصة إخبارية بها قذف وتشهير لأحد الأشخاص المشهورين Libelous News Story على ثلاث مجموعات:

- الأولى: نسبوا فيها القصة الإخبارية لمصدر يعتبر متحيزاً ضد هذا الشخص.
- والثانية: نسبوا فيها القصة الإخبارية لمصدر يعتبر متحيزاً لهذا الشخص.

الفصل الأول نظريات الراس العام

- والثالثة: لم يتم نسبتها لمصدر، وقد وجد الباحثون أن الفرض الإدراكي قد تحقق في المجموعة الأولى بصورة أكبر وأبرز من المجموعتين الأخريين^(١١).
- النتيجة نفسها وجدها جانثر (1٩٩١) Gunther حيث وجد أن الفجوة الإدراكية كانت كبيرة عندما تم نسب القصة لمصدر متحيز (وهي صحيفة The National Enquirer) أكثر من نسبتها لمصدر يتسم بالموضوعية والحياد أو يتم النظر إليه على هذا (وهي The New York times)^(١٢).

(٢) المتغيرات والعوامل الخاصة بالرسالة:

- موضوع الرسالة ومدى مقبوليته اجتماعياً:

يمكن القول بصفة عامة إن الغالبية العظمى من دراسات نظرية تأثيرية الآخرين قد ركزت على رسائل لها نتائج سلبية Negative أو ضارة Harmful أو غير مرغوبة اجتماعياً Social undesirable أو غير وظيفية Disfunctional ومنها:-

- مواد العنف في التلفزيون^(١٣).
- أفلام العرى (البورنو)^(١٤).
- البرامج الجنسية الصريحة في قنوات الكابل^(١٥).
- الإعلانات السياسية السلبية^(١٦).
- تنطية لخبر الفضائح^(١٧).

إذ من شأن هذه الرسائل أن تجعل الشخص يقول "إن تأثيرات هذه الرسائل ليست جيدة بالنسبة لي" أو "إنه ليس من اللائق أن أتأثر بهذه الرسائل"^(١٨). ومن ثم فإن هذا الاختيار قد يعطى منطقية لاختبار النظرية، فالمضمون السلبي غير المقبول اجتماعياً قد يزيد من قساع الفجوة الإدراكية بين تأثيرية الذات / والآخرين في حين أن المضمون الإيجابي المقبول اجتماعياً قد يلغى ويضيّق هذه الفجوة أو قد يعكس الفروض الإدراكي^(١٩).^(٢٠)

(*) يشير لفرض الإدراكي العكسي Reversed Third person أو ما يطلق عليه أحياناً تأثيرية الأنا First Person Effect إلى أن الأفراد يعتقدون أنهم أكثر تأثراً بالرسائل الإعلامية مقارنة بالآخرين الأقل تأثراً بها.

ويفسر الباحثون هذه الفرضية فى ضوء نظرية الدوافع، ووفقاً لها فإنه فى حالة القضايا السلبية يمكن تفسير العلاقة فى ضوء الميل العام لمعظم الأفراد نحو العمل بطريقة متحيزة تخدم الذات والذي يقودهم إلى تصوير أنفسهم بصورة جيدة مقارنة بالآخرين^(٧٠)، وذلك إما بهدف الدفاع عن النفس Ego Defensive Function^(٧١) أو دعم وتمجيد الذات Ego Enhancement^(٧٢). أما فى حالة القضايا الإيجابية فإن وظيفة الدفاع عن النفس أو دعمها قد يقل فاعليتها وقد تتلاشى^(٧٣).

وعلى صعيد نتائج الدراسات الإمبريقية يمكن الإشارة إلى نماذج من الدراسات التى اختبرت هذه الفرضية على النحو التالى:

- فى الدراسة التى أجراها جانثر وأنج (Gunther & Ang ١٩٩٦) فى سنغافورة على عشرة أنواع من المضامين التليفزيونية، أشار الباحثان إلى تحقق فروض النظرية مع خمسة موضوعات سلبية متعلقة بالجنس وأفلام العرى أكثر من تحققها مع الموضوعات الإيجابية^(٧٤).
- وفى الدراسة التى أجراها هورينز ورويتز (Hoornes & Ruiter ١٩٩٦) على عينة من طلاب جامعة Tilburg وذلك على ١٢ رسالة إعلامية (نصفها مقبول اجتماعياً ونصفها غير مقبول) أشار الباحثان إلى تحقق فروض النظرية مع الرسائل غير المقبولة اجتماعياً ولم تتحقق مع الرسائل المقبولة اجتماعياً^(٧٥).
- وفى الدراسة التى أجراها آينس وزيتز (Innes & Zeitz ١٩٩٨) على ثلاث قضايا بعضها إيجابى وبعضها سلبى خلص الباحثان إلى أن فروض النظرية تتحقق فى حالة مواد العنف بدرجة أكبر من تحققها فى حالة الحملة الإعلانية ضد قيادة المخمورين أو الحملات السياسية السلبية^(٧٦).

ومن الدراسات التى تحقق فيها الفرض الإبراكى العكسى:

- فى الدراسة التى أجراها هنريكسن وفلورا (Henriksen & Flora ١٩٩٩) على عينة مكونة من (٦٦٦) من تلاميذ الصفوف الرابع والسادس والثامن وتم عرض عليهم شريط فيديو مدته ١٠ دقائق يحتوى على إعلانات ضد التدخين، أشار التلاميذ إلى اعتقادهم بأن هذه الإعلانات قد يكون لها تأثير أكبر عليهم مقارنة

بتأثيرها على زملائهم وأقرانهم^(٧٧).

- وفى الدراسة التى أجراها جون تشابين (٢٠٠٠) Chapin على حملة إعلانية عن "الجنس الآمن" Safe Sex أشار ٣٤% من المبحوثين أنهم يعتقدون أنهم أكثر تضرراً من الآخرين بهذه الرسائل الإعلانية^(٧٨).

(٣) المتغيرات والعوامل المتعلقة بالمستقبل (خصائص الجمهور):

أ. مستوى الاستغراق فى القضية (الارتباط - الاندماج):

وفقاً للفروض التى صاغها دافيسون، واعتماداً على نظرية الحكم الاجتماعى Social Judgment Theory اختبر عدد من الباحثين تأثير استغراق المبحوثين فى القضية ego-Involvement وارتباطهم بها على الفجوة الإدراكية بين تأثرية الأنا والآخرين.

فى دراسة تجريبية أجراها بيرلوف (١٩٨٩) Perloff أعد الباحث شريط فيديو مسجلاً عليه تغطية تليفزيونية لحرب لبنان (١٩٨٢) وعرض هذا الشريط على ثلاث مجموعات: الأولى مؤيدة لإسرائيل والثانية مؤيدة لمنظمة التحرير الفلسطينية والثالثة محايدة. وقد دلت نتائج الدراسة على أن المجموعة الأولى (المؤيدة لإسرائيل) توى أن هذه التغطية التليفزيونية قد تجعل المشاهد المحايد (الآخرين) منحازاً للفلسطينيين أكثر من الإسرائيليين. فى حين أن المجموعة الثانية (المؤيدة لمنظمة التحرير) ترى أن هذه التغطية قد تجعل المشاهد المحايد (الآخرين) أكثر تعاطفاً وتأييداً للإسرائيليين^(٧٩).

نتائج مشابهة لذلك خرجت بها دراسة فالون وآخرين (١٩٨٥) Vallone et al^(٨٠). وكذلك دراسة مونتز (١٩٨٩) Mutz التى استخدمت مصطلح أهمية القضية Importance بديلاً لمصطلح الاستغراق^(٨١).

ب- مستوى المعرفة (مستوى التعليم):

أشارت بعض الدراسات إلى أن الفجوة الإدراكية بين تأثرية الأنا والآخرين تزداد عندما يعتقد المبحوثون أنهم على علم ودراية بالقضية موضوع البحث^(٨٢) وإن كان غير معروف، حتى الآن، ما إذا كان اعتقاد الفرد فى كونه خبيراً Expert بقضية معينة قد يزيد الفجوة أم لا^(٨٣).

كذلك فإن من المتغيرات المهمة فى هذا الإطار هو تقييم الأفراد لمعلوماتهم ولأنفسهم، فقد أشارت موتر (Mutz ١٩٨٩)، على سبيل المثال، إلى أن الفجوة الإدراكية تزداد لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة ستانفورد Stanford عن مثيلتها لدى الطلاب^(٨٦)، وفي كانت دراسة ماكلويد، ليفلاند، و ناثانسون (McLeod, Eveland & Nathanson لم تتحقق من ذلك^(٨٥)).

وفى الاتجاه ذاته، وجد تيدج وآخرون (Tiedge ١٩٩١) أن الفجوة الإدراكية تزداد وتتسع لدى الأكثر تعليماً، فالأكثر تعليماً، قد يعتبرون أنفسهم "جماعة صفوة" Elite Group بسبب تعليمهم، ومن ثم فإنهم يعتقدون أنهم أقل تأثراً بوسائل الإعلام مقارنة بالآخرين^(٨٦).

وقد يكون الاعتقاد فى صحة المعلومات لدى الفرد أهم من درجة دقتها وصحتها فى الواقع، ففى دراسة لازورسا (Lasorsa ١٩٨٩) والتي تمت المقارنة فيها بين المعرفة الشخصية Self-assessed knowledge والمعرفة الواقعية Actual Knowledge عن تأثير مسلسل عرض فى الولايات المتحدة عن الحياة فى أمريكا بعد الإنهيار غير النموى (السلمى) للاتحاد السوفيتى^(٨٧) وجدت الباحثة أن اعتقاد المبحوثين فى صحة معلوماتهم بغض النظر عن مدى دقتها كان متغيراً إيجابياً وفعالاً^(٨٧).

وفى دراسة دريسكول وسالوين (Driscoll & Salwen ١٩٩٧) والتي تم تطبيقها على (٦٠٥) شاباً، خلص الباحثان إلى أن الأكثر اعتقاداً فى أن لديه كما أكبر من المعلومات عن الأحداث الجارية مقارنة بالآخرين هو الأكثر اعتقاداً فى تأثرية الآخرين، كذلك فإن الأكثر اعتقاداً فى أن لديه كما أكبر من المعلومات المتعلقة بقضية معينة هو الأكثر اعتقاداً فى تأثرية الآخرين^(٨٨).

ج- المسافة الاجتماعية / النفسية:

يشير مفهوم المسافة الاجتماعية / النفسية إلى الطريقة التى من خلالها يحدد الفرد موقع أقرانه عندما يقوم بعملية المقارنة، ومن المصطلحات الأخرى التى يتم استخدامها للتعبير عن هذه العملية مصطلح "المقارنة التنازلية Downward

(*) مسلسل Amerika .

Comparison والتي يستخدمها الأفراد، على حد تعبير ويلز (1981) Wills، لدعم وتقوية وجودهم الذاتى subjective well-being وذلك عن طريق مقارنة أنفسهم بأخرين أقل حظاً منهم less fortunate^(٨٩).

وفى إطار نظرية تأثيرية الآخرين، يشير بيرلوف (1996) perloff إلى أنه من ست عشرة دراسة تم فحصها وجدت ثلاث دراسات أن الفجوة الإدراكية بين تأثيرية الأنا والآخرين تتسع كلما تم إدراك الآخرين على أنهم تبعدهم مسافة عنهم^(٩٠). على أن هذه النتيجة غير مؤكدة فى ظل ثباين نتائج الدراسات التى أختبرت هذا الفرض. فمن الدراسات التى أثبتت هذه الفرضية يمكن الإشارة إلى:

- دراسة كوهين وآخرين (1988) Cohen et al، وقد أشارت نتائجها إلى أن المبحوثين يعتقدون أن القصص الإخبارية قد يكون لها تأثير أكبر على "الطلاب الآخرين فى جامعة ستانفورد" مقارنة بأنفسهم، وقد يكون لها تأثير أكبر على سكان كاليفورنيا مقارنة بتأثيرها على طلاب جامعة ستانفورد، وقد يكون لها تأثير أكبر على بقية الشعب الأمريكى مقارنة بسكان كاليفورنيا^(٩١).
 - دراسة جانثر (1991) Gunther وكانت جماعات المقارنة مع الذات هى: بقية طلاب جامعة منيسوتا، المعارف، بقية الناس وخلصت إلى النتيجة ذاتها^(٩٢).
 - دراسة بروسوس وإيجيل (1996) Brosius & Engel وكانت جماعات المقارنة مع الذات هى: بقية أفراد الأسرة، الجيران، بقية السكان فى الولاية، بقية الأستراليين، الآخرين بصفة عامة^(٩٣).
 - دراسة ليفلاند وآخرين (1999) Eveland et al والتي عرض فيها لنتائج دراستين، الأولى على طلاب جامعة Delaware والأخرى على طلاب California Santa Barbara وجامع نتائج الدراستين متسقة مع نتائج الدراسات السابقة فيما يتعلق باتساع الفجوة الإدراكية، باتساع المسافة الاجتماعية^(٩٤).
- ومن الدراسات التى لم تتحقق من الفرضية يمكن الإشارة إلى:
- دراسة كوهين وديفيز (1991) Cohen & Davis وكانت جماعات المقارنة مع الذات هى: الناس فى مسقط رأسى، الناس فى منطقتى، الناس فى الولايات

المتحدة بصفة عامة^(٩٥).

- دراسة ماكلويد وآخرين (١٩٩٧) Mcleod et al وكانت جماعات المقارنة مع الذات هي: بقية طلاب جامعة Delaware، شباب نيويورك ولوس إنجيليس، الإنسان العادي^(٩٦).

(٤) متغيرات وعوامل خاصة بالقياس:

- ترتيب الأسئلة في الاستمارة:

يشير بعض الباحثين إلى أن طريقة إجابة المبحوثين عن الأسئلة المقدمة لهم في الاستمارة وترتيب هذه الأسئلة وتسلسلها قد ينتج عنها مقارنة ظاهرية بين تأثيرية الذات والآخرين Self- Others Comparison وقد يؤدي هذا إلى وجود ما يمكن تسميته بالتحيز الخادم للذات Self-Serving Bias (ومن المصطلحات الأخرى Anchoring Bias).

وتشير هذه الظاهرة إلى أن الأفراد يميلون إلى تفسير تصرفاتهم بطريقة فيها إطراء للذات Self Flattering tendency^(٩٧) وهذا ينتج عن عاملين:-

- الرغبة في حماية ودعم مستوى تقدير الذات لدى الفرد.
- الرغبة في الظهور بمنظور جيد أمام الآخرين^(٩٨).

ومن ثم فإن تحقق فروض النظرية قد يكون نتيجة مصطنعة لترتيب الأسئلة an artifact of the order of Questions^(٩٩) وهو ما يطلق عليه في أبحاث الاتصال تأثير الاتساق أو التتابع consistency or carry over effect^(١٠٠).

ولقد اعترف كثير من الباحثين بمشكلة ترتيب الأسئلة، وحاول بعضهم مواجهة هذه المشكلة بتغيير وتعديل ترتيب الأسئلة، وباستثناء دراسة ديفيد وجونسون (١٩٩٨) David & Johnson^(١٠١). فإن هذه الدراسات تشير إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة

(*) من المصطلحات الأخرى التي يتم إطلاقها على هذه العملية:

- الهم الإيجابي Positive Illusion.
- التفرد بعدم القابلية للاختراق unique Invulnerability.
- عرض الاعتقاد في "إنه لا يمكن أن يحدث لي هذا"

The "it can't happen to me" syndrome.

ناتجة عن طريقة ترتيب الأسئلة، إلى الحد الذى دفع بروسيسوس وإنجيل (١٩٩٦) Brosisus & Engel إلى المطالبة بإبعاد قضية ترتيب الأسئلة من القضايا البحثية فى مجال دراسات نظرية تأثيرية الآخرين^(١٠١).

فعلى سبيل المثال، فى دراسة برايس وتوكسبرى (١٩٩٦) price & tewksbury تم تقسيم المبحوثين إلى مجموعتين: مجموعة تجيب عن أسئلة الذات فقط ومجموعة تجيب عن أسئلة الآخرين فقط، وطبقا لذلك على عدة قضايا، ووجد أن لا توجد اختلافات جوهرية أو منظمة^(١٠٢).

وفى دراسة ديوجين، سالوين، بول (١٩٩٩) Dupagne, Salwen & paul تم تقسيم المبحوثين (ن=٧٢١) إلى أربع مجموعات تجيب كل مجموعة عن ترتيب معين: الأولى: تجيب عن أسئلة الذات (self) ثم أسئلة الآخرين (Others) ثم أسئلة فرض القيود (Restrictions) (S-O-R).

الثانية: تجيب عن استمارة مرتبة بطريقة O-S-R.

الثالثة: تجيب عن استمارة مرتبة بطريقة R-S-O.

الرابعة: تجيب عن استمارة مرتبة بطريقة R-O-S.

ولم تجد الدراسة فروقا بين النتائج المتعلقة بالمجموعات الأربعة^(١٠٣).

المبحث الثانى

بعض تطبيقات نظرية تأثيرية الآخرين
فى المجتمع المصرى

يعرض الباحث، فى هذا المبحث نتائج ثلاث تطبيقات أجراها خلال النصف الثانى من عام ٢٠٠١ لاختبار فروض النظرية ومتغيراتها الأساسية، وقد ركز الباحث فى كل تطبيق على عدة متغيرات وأهم بعضها الآخر، غير أنها، التطبيقات الثلاثة معا، تقدم صورة متكاملة نسبياً للنظرية ولأهم نتائجها فى مصر.

التطبيق الأول: البرامج الدينية فى مقابل برامج العنف وأفلام الأكشن:

• إطار التطبيق: من المضامين التى يتم تقديمها فى التلفزيون المصرى تم اختيار مضمونين يمكن تصنيف أحدهما على أنه "مضمون إيجابى هادف" وهى البرامج الدينية، ويمكن تصنيف الآخر على أنه "سلبى" وهى برامج العنف وأفلام الأكشن. وتم تطبيق الدراسة لاختبار فروض النظرية على كلا المضمونين.

• فروض الدراسة:

أولاً: فروض متعلقة بالمكون الإدراكى:

(١) تختلف مساحة الفجوة الإدراكية (المسافة بين تقدير تأثيرية الأنا وتقدير تأثيرية الآخرين) باختلاف طبيعة (اتجاه) المضمون التلفزيونى الذى يراى قياس تأثيره.

وينبثق من هذا الفرض فرضان فرعيان:-

أ- توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرتهم بالبرامج الدينية فى مقابل تأثيرية الآخرين (التأثير الأكبر على الأنا).

ب- توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرتهم ببرامج العنف وأفلام الأكشن فى مقابل تأثيرية الآخرين (التأثير الأكبر على الآخرين).

(٢) تختلف مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف خصائص الأفراد الديموجرافية (النوع - المستوى الاقتصادى - الفئة السنية).

ثانياً: فروض متعلقة بالمكون السلوكى:

(٣) توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التلفزيونية المراد قياس تأثيرها (زيادة مساحة البرامج الدينية - فرض رقابة على برامج العنف).

- (٤) تختلف درجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قياس تأثيرها باختلاف خصائص الأفراد الديموجرافية.
- ثلاثاً: فروض متعلقة بطريقة القياس :
- (٥) تختلف مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف طريقة ترتيب الأسئلة (المتعلقة بالنائير) فى استمارة الاستبيان.
- (٦) تختلف درجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قياس تأثيرها باختلاف طريقة ترتيب الأسئلة فى استمارة الاستبيان.

• منهجية القياس

أولاً: منهجية قياس المكون الإدراكى:

تساقاً مع الدراسات السابقة واتباعاً لأسلوبها فى طريقة قياس المكون الإدراكى تم تكوين مقياس تجميعى يتكون من ثلاثة أسئلة هى:-

- (١) لو قارنت نفسك بغيرك من الأفراد فهل تعتقد (أو تتوقع) أن هذه المضامين (المراد قياس تأثيرها: كل مضمون على حدة).
- أكثر تأثيراً عليك أكثر تأثيراً على الآخرين.

- (٢) إلى أى حد تعتقد (أو تتوقع) أن يكون تأثير هذه المضامين عليك ؟
- (الإجابة بطريقة ليكرت الخماسية التى تبدأ بـ "تأثير قوى جداً" وتنتهى بـ "ضعيف جداً").

- (٣) إلى أى حد تعتقد (أو تتوقع) أن يكون تأثير هذه المضامين على الآخرين ؟
- (الإجابة بطريقة ليكرت الخماسية على النحو السابق).

ثانياً: طريقة قياس المكون السلوكى:

تساقاً مع الدراسات السابقة أيضاً تم قياس المكون السلوكى على النحو التالى:

(١) البرامج الدينية:

- أ- إلى أى حد توافق (أو لا توافق) على زيادة عدد البرامج الدينية فى التليفزيون ؟

ب- إلى أى حد توافق (أولا توافق) على إنشاء قناة دينية متخصصة فى مصر ؟
(الإجابة بطريقة ليكرت الخماسية).

(٢) برامج العنف وأفلام الأكشن:

- من فضلك: إلى أى حد توافق على فرض رقابة أو وضع قيود على البرامج والأفلام التى تحتوى على مواد عنف فى التلفزيون ؟ (الإجابة بطريقة ليكرت الخماسية).

ثالثا: طريقة ترتيب الأسئلة فى الاستمارة:

تم إعداد أربع نسخ من الاستمارة، روعى فى كل نسخة أن يتم ترتيب الأسئلة بطريقة مختلفة عن النسخ الأخرى وذلك على النحو التالى:-

(١) النسخة الأولى: وتم ترتيب الأسئلة فيها بالطريقة التقليدية المتبعة فى معظم دراسات النظرية، وهى تبدأ بالأسئلة المتعلقة بالتأثير على الأنا (Self) ثم الأسئلة المتعلقة بالتأثير على الآخرين (Others) ثم الأسئلة المتعلقة بالسلوك (Restrictions) وتسمى هذه الطريقة (S.O.R).

(٢) النسخة الثانية: وتم ترتيب الأسئلة فيها بطريقة (Others- Self- (O. S. R. Restrictions).

(٣) النسخة الثالثة: وتم ترتيب الأسئلة فيها بطريقة (R. S. O).

(٤) النسخة الرابعة: وتم ترتيب الأسئلة فيها بطريقة (R. O. S).

- منهج الدراسة: تم الاعتماد على المنهج المسحى، وعلى أسلوب المسح بالعينة، وتم استخدام استمارة الاستبيان المقننة كأداة لجمع البيانات، وتم ملؤها مع المبحوثين من خلال التليفون (مسح تليفونى).

- عينة الدراسة: تم تطبيق الدراسة على ٢٠٠ مفردة من سكان القاهرة الكبرى تم اختيارهم بطريقة عشوائية (عينة عشوائية بسيطة) وذلك وفقاً للخطوات التالية:-

- تم الدخول على موقع [Http://www.140online.com](http://www.140online.com): وهو موقع خاص بالشركة المصرية للاتصالات، ويحتوى على جميع أرقام تليفونات وأسماء المشتركين فى

جدول رقم (١)

خصائص عينة التطبيق الأول

النوع	ك	%
• النوع		
ذكور	١٠٧	٥٣,٥
إناث	٩٣	٤٦,٥
• العمر		
- أقل من ٢٠ سنة	٢٤	١٢
- ٢٠ - ٤٠ سنة	١٠٨	٥٤
- ٤٠ - ٦٠ سنة	٤٩	٢٤,٥
- ٦٠ سنة فأكثر	١٩	٩,٥
• المستوى الاقتصادى		
- منخفض	٢٨	١٤
- متوسط	٨٤	٤٢
- مرتفع	٨٨	٤٤
• المستوى التعليمى		
- منخفض	٣	١,٥
- متوسط	٥٢	٢٦
- مرتفع	١٤٥	٧٢,٥
المجموع	٢٠٠	١٠٠

نتائج اختبارات الفروض:

- الفرض الأول: تختلف مساحة اللجوة الإدراكية باختلاف طبيعة (اتجاه) المضمون التليفزيونى الذى يراد قياس تأثيره.
- 1- توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيراتهم بالبرامج الدينية فى مقابل تأثيرية الآخرين (التأثير الأكبر على الأنا)
- تشير نتائج الدراسة إلى أن (٩٥,٥%) من حجم العينة يتعرضون للبرامج الدينية فى التليفزيون المصرى، وبررت النسبة المئوية (٤,٥%) عدم مشاهدتها لهذه البرامج فى ضوء الإشغال الدائم. وعدم معرفة مواعيد بث هذه البرامج...
- وفى إطار المقارنة بين الأنا والآخرين فى حجم التعرض للبرامج الدينية أشار (٤٦,٥%) من مفردات العينة إلى أنهم يعتبرون أنفسهم أكثر تعرضاً للبرامج الدينية من الآخرين، فى حين يشير (٥٣,٥%) إلى أنهم يعتقدون أن الآخرين أكثر مشاهدة منهم.
- وتشير نتائج الدراسة أيضاً إلى أن (٣%) من مفردات العينة يعتقدون أن هذه البرامج ليس لها أى تأثير على مشاهدتها، فى حين يعتقد (١٦%) أن لها تأثيراً ولكنه ضعيف، ويشير (٨١%) إلى أن لها تأثيراً قوياً عليهم وعلى الآخرين.
- بسؤال المبحوثين عن اعتقادهم فى الأكثر تأثراً بالبرامج الدينية فى التليفزيون المصرى أشار (٧٩%) من مفردات العينة إلى أنهم يعتقدون أنهم أكثر تأثراً بها من الآخرين، فى حين أشار (٢١%) إلى أن الآخرين أكثر تأثراً بها منهم.
- لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيراتهم فى مقابل تأثيرية الآخرين، تم إجراء اختبار "ت" بطريقة العينة المزدوجة Paired Sample وكانت نتائج الاختبار على النحو الذى يجمله الجدول التالى:

جدول رقم (٢)

نتائج اختبار 'ت' للمقارنة بين تأثيرية الأنا والآخرين بالبرامج الدينية

مجال التأثير	متوسط M	الانحراف المعياري SD	درجات الحرية	الفروق SD	قيمة P
التأثير على الذات	٤,٣٧	١,٠٣	١٩٩	٠,١٥	٠,٠١
التأثير على الآخرين	٤,٢٢	١,٣٥	١٩٩		

ومن الجدول السابق يتبين لنا أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثيريتهم بالبرامج الدينية أكبر من متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثيرية الآخرين، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً، حيث إن قيمة ت = (٢,٤٣) وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥).

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض الأول (أ).

ب- توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيريتهم ببرامج العنف وأفلام الأكشن فى مقابل تأثيرية الآخرين (التأثير الأكبر على الآخرين)

- تشير نتائج الدراسة إلى أن (٧١%) من مفردات العينة يشاهدون بشكل منتظم أو بالمصادفة برامج العنف وأفلام الأكشن فى التلفزيون المصرى، فى حين يوجد (٢٩%) لا يتعرضون لهذه البرامج.
- فى إطار المقارنة بين الأنا والآخرين فى حجم التعرض لبرامج العنف والأكشن تشير نتائج الدراسة إلى أن (٣١%) من مفردات العينة يعتقدون أنهم أكثر مشاهدة من الآخرين، فى حين يعتقد (٦٩%) أن الآخرين أكثر مشاهدة منهم.
- وتشير نتائج الدراسة أيضاً إلى أن (٨,٥%) من مفردات العينة يعتقدون أن هذه البرامج ليس لها أى تأثير على مشاهديها، فى حين يعتقد (٢٨,٥%) أن لها تأثيراً ولكنه ضعيف، ويعتقد (٦٣%) أن لها تأثيراً قوياً على مشاهديها.
- بسؤال المبحوثين عن اعتقادهم فى الأكثر تأثراً بهذه النوعية من البرامج أشار

نظريات الرأى العام الفصل الأول

١١% إلى اعتقادهم فى كونهم الأكثر تأثراً بهذه البرامج مقارنة بالآخرين، فى حين أشار (٨٩%) إلى اعتقادهم فى كون الآخرين أكثر قابلية للتأثر بهذه البرامج مقارنة بهم.

- لاختبار وجود فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرهم فى مقابل تأثرية الآخرين، تم إجراء اختبار 'ت' بطريقة العينة المزدوجة، وكانت نتائج الاختبار على النحو الذى يجمله الجدول التالى:-

جدول رقم (٣)

نتائج اختبار 'ت' للمقارنة بين تأثرية الأنا والآخرين ببرامج العنف

مجال التأثير	المتوسط M	الانحراف معي SD	درجات الحرية	الفروق	SD	قيمة ت	P
التأثير على الذات	٢.٢٤	١.٣٥	١٩٩	١.٩٣	١.٥	١٨.١	٠.٠٠٠١
التأثير على الآخرين	٤.١٧	٠.٩٥	١٩٩				

- ومن الجدول السابق يتبين لنا أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثرية الآخرين ببرامج العنف ($M = ٤.١٧$ ، $SD = ١.٣٥$) أكبر من متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثيرتهم ($M = ٢.٢٤$ ، $SD = ٠.٩٥$) وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً، حيث إن قيمة ت- (١٨.١) وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥) وبدرجة ثقة (٠.٩٥).

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض الأول (ب).

- ومن أ، ب يمكن لنا قبول الفرض الأول القائل 'تختلف مساحة الفجوة الإدراكية بين تأثرية الأنا وتأثرية الآخرين باختلاف طبيعة (اتجاه) المضمون التليفزيونى الذى يراد قياس تأثيره'.

الفرض الثانى: تختلف مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف خصائص الأفراد الديموجرافية (النوع - المستوى الاقتصادى - الفئة السنية).

- لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار 'ت' بطريقة العينات المستقلة Independent

Sample T.Test بالنسبة لكل خصيصة على حدة. ويجمل الجدول التالى نتائج اختبارات 'ت' لهذه الخصائص بالنسبة للمضمونين المراد قياس تأثيرهما:-

جدول رقم (٤)

نتائج اختبارات 'ت' للفروق بين الخصائص الديموجرافية

أ. البرامج الدينية	قيمة ت	P	ملاحظات
النوع	١,٦٧	٠,٠٩	تزيد الفجوة الإدراكية لدى الإناث عن الذكور غير أن الفروق غير دالة إحصائياً.
المستوى الاقتصادي	٠,٧٤٨	٠,٤٥٦	تزيد الفجوة الإدراكية لدى الأعلى فى المستوى الاقتصادي عن الأقل فى المستوى الاقتصادي غير أن الفروق غير دالة إحصائياً.
الفئة السنية	٠,٢١٠	٠,٨٣٥	تزيد الفجوة الإدراكية لدى الأكبر سناً عن الأصغر سناً غير أن الفروق غير دالة إحصائياً.
ب. برامج العنف	قيمة ت	P	ملاحظات
النوع	٢,٠٤	٠,٠٤	تزيد الفجوة الإدراكية لدى الإناث وبفروق دالة عن الذكور
المستوى الاقتصادي	٣,٨٦	٠,٠٠٠١	تزيد الفجوة الإدراكية لدى الأعلى فى المستوى الاقتصادي وبفروق دالة عن الأقل فى المستوى الاقتصادي.
الفئة السنية	٣,٤٣	٠,٠٠٠١	تزيد الفجوة الإدراكية لدى الأكبر سناً وبفروق دالة عن الأصغر سناً.

ومن الجدول السابق يتضح لنا ما يلى:

- ١- فيما يتعلق بالبرامج الدينية لم يثبت الفرض، حيث إن قيم 'ت' غير دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

نظريات الرأى العام الفصل الأول

ب- فيما يتعلق ببرامج العنف يمكن قبول الفرض، حيث وجد أن الإناث أكثر اعتقاداً في تأثيرية الآخرين من الذكور، وكذا وجد أن الأعلى في المستوى الاقتصادي أكثر اعتقاداً في تأثيرية الآخرين من الأقل في المستوى الاقتصادي، وكذا وجد أن الأكبر سناً أكثر اعتقاداً في تأثيرية الآخرين من الأصغر سناً. وجميع هذه الفروق دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

معنى هذا أن الفروق بين الأفراد تتلاشى وتختفى في حالة القضايا (والمضامين) الإيجابية وتبرز وتظهر في حالة المضامين السلبية. وعلى هذا نقبل الفرض الثاني جزئياً في حالة المضامين السلبية، ونرفضه جزئياً في حالة المضامين الإيجابية.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الفساد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قياس تأثيرها.

لاختبار هذا الفرض تم إجراء بيرسون χ^2 person للعلاقة بين المكونين الإدراكي والسلوكي، وأسفر الاختبار عن النتائج التي يجمها الجدول التالي:-

جدول رقم (٥)

اختبار العلاقة بين المكونين الإدراكي والسلوكي

العلاقة	معامل ارتباط بيرسون r	p
• البرامج الدينية		
- مساحة الفجوة الإدراكية • زيادة الجرعة الدينية	٠,٢٧١	٠,٠٠٠١
- درجة الاعتقاد في تأثيرية الأنا • زيادة الجرعة الدينية	٠,٥١٣	٠,٠٠٠١
- درجة الاعتقاد في تأثيرية الآخرين • زيادة الجرعة الدينية	٠,٣٧٦	٠,٠٠٠١
• برامج العنف ولفلام الأكشن		
- مساحة الفجوة الإدراكية • فرض رقابة ووضع قيود	٠,٠٩٢	٠,١٩٤
- درجة الاعتقاد في تأثيرية الأنا • فرض رقابة ووضع قيود	٠,٠٧٥	٠,٢٩٣
- درجة الاعتقاد في تأثيرية الآخرين • فرض رقابة ووضع قيود	٠,٢٥٢	٠,٠٠٠١

ومن الجدول السابق يتضح لنا ما يلى:

أ- أن الفرض السلوكى يمكن قبوله فى حالة المضمون الإيجابى (البرامج الدينية) حيث توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين مساحة الفجوة الإدراكية وتأييد زيادة الجرعة الدينية أو إنشاء قناة دينية متخصصة، فى حين أنه لا يمكن قبول الفرض فيما يتعلق ببرامج العنف.

ب- إن شدة العلاقة بين المكونين الإدراكى والسلوكى فيما يتعلق بالبرامج الدينية تزيد عندما يعتقد الفرد أنه أكثر قابلية للتأثر بهذه البرامج مقارنة بشدتها عندما يعتقد الفرد أن الآخرين أكثر قابلية للتأثر بهذه البرامج على هذا يمكن لنا قبول الفرض الثالث جزئياً فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباطية إيجابية بين المكونين الإدراكى والسلوكى فى حالة البرامج الدينية، ويمكن لنا رفض الفرض الثالث جزئياً فيما يتعلق بوجود علاقة ارتباطية بين المكونين الإدراكى والسلوكى فى حالة برامج العنف.

الفرض الرابع:

تختلف درجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قياس تأثيرها باختلاف خصائص الأفراد الديموجرافية .

• لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار "ت" بالنسبة لكل خصيصة على حدة، ويحمل الجدول التالى نتائج اختبار "ت" لهذه الخصائص على متغير المكون السلوكى.

جدول رقم (٦)

نتائج اختبارات 'ت' للفروق بين نتيجة الخصائص الديموجرافية

الخصائص	قيمة ت	P	ملاحظات
النوع	١,٢٤	٠,٢٤	يزيد التأييد لدى الذكور مقارنة بالإناث والفروق غير دالة إحصائياً.
المستوى الاقتصادي	١,٨٩	٠,٠٦	يزيد التأييد لدى الأقل اقتصادياً غير أن الفروق غير دالة إحصائياً.
الفئة السنية	١,٢٧	٠,٢١٠	يزيد التأييد لدى الأكبر منا غير أن الفروق غير دالة إحصائياً.
النوع	١,٥٧	٠,١١٦	يزيد التأييد لدى الذكور غير أن الفروق غير دالة إحصائياً.
المستوى الاقتصادي	١,٢٣	٠,٢٠	يزيد التأييد لدى الأعلى اقتصادياً والفروق غير دالة إحصائياً.
الفئة السنية	١,٧٧	٠,١٠	يزيد التأييد لدى كبار السن والفروق غير دالة إحصائياً.

• ومن الجدول السابق يتضح لنا أن هناك فروقاً في درجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قياس تأثيرها راجعة إلى خصائصهم الديموجرافية، غير أن هذه الفروق - جميعاً - غير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) ودرجة ثقة (٠,٩٥). وعلى هذا نرفض الفرض الرابع:

تختلف مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف طريقة ترتيب الأسئلة (المتعلقة بالتأثير) في استمارة الاستبيان".

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد ONE WAY ANOVA وذلك بطريقة Tukey HSD وذلك لاختبار مدى التباين في مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف طريقة ترتيب الأسئلة في الاستمارة (أربع طرق لترتيب الأسئلة سبق توضيحها). وأسفر الاختبار عن النتائج التي يجملها الجدول التالي:

جدول رقم (٧)

اختبار تحليل التباين بين الطرق الأربعة لترتيب الأسئلة في الاستمارة

البرامج الدينية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة F	P
التباين بين المجموعات	٧,٠٩٥	٢,٣٦٥	٣	٢,٩٨٩	٠,٠٦
التباين داخل المجموعات	١٥٥,٠٠	٠,٧٩١	١٩٦		
---	١٦٢,١٩٥	---	١٩٩		
برامج العنف وأفلام الأكشن	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة F	P
التباين بين المجموعات	٤٥,٢٢	١٥,٠٧٣	٣	٧,٢٨٠	٠,٠٠٠١
التباين داخل المجموعات	٤٠٥,٨٠	٢,٠٧٠	١٩٦		
---	٤٥١,٠٢٠	---	١٩٩		

• ومن الجدول السابق يتبين لنا أنه لا توجد فروق دالة فى مساحة الفجوة الإدراكية لدى الأفراد فيما يتعلق بالبرامج الدينية مرجعها طريقة ترتيب الأسئلة فى الاستمارة. حيث إن قيمة F هى (٢,٩٨٩)، وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أكبر من (٠,٠٥). وعلى هذا نرفض الفرض الخامس جزئياً فى حالة المضامين الإيجابية.

• تشير نتائج اختبار التباين أيضاً إلى أنه يمكن لنا قبول الفرض الخامس جزئياً فيما يتعلق بوجود فروق فى حالة السؤال عن برامج العنف وأفلام الأكشن وأن هذه الفروق توجد بين الطريقة الرابعة (أسئلة الرقابة أولاً، التأثير على الآخرين ثم التأثير على الذات (R.O.S.) من ناحية والطرق الثلاثة من ناحية أخرى، وتشير النتائج إلى أن هذه الفروق دالة إحصائياً، حيث إن قيمة F هى (٧,٢٨) وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥). وعلى هذا نقبل الفرض الخامس جزئياً فى حالة المضامين السلبية.

الفرض السادس :

تختلف درجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو المضامين التليفزيونية المراد قياس تأثيرها باختلاف طريقة ترتيب الأسئلة فى استمارة الاستبيان. لاختبار هذا الفرض تم استخدام نفس الاختبار الإحصائى المستخدم فى اختبار الفرض السابق، وأسفر الاختبار عن النتائج التى يجمها الجدول التالى:-

جدول رقم (٨)

اختبار تحليل التباين

زيادة الجرعة الدينية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة F	P
التباين بين المجموعات	١,٤٥٠	٠,٤٨٣	٣	١,١٦٩	٠,٣٢٣
التباين داخل المجموعات	٨١,٣٠	٠,٤٠١	١٩٦		
المجموع	٨٢,٤٨٠	---	١٩٩		
فرض رقابة ووضع قيود على برامج العنف	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة F	P
التباين بين المجموعات	١,٤٥٥	٠,٤٨٥	٣	٠,٥٧٤	٠,٦٣٣
التباين داخل المجموعات	١٦٥,٧٤	٠,٨٦٤	١٩٦		
---	١٦٧,١٩	---	١٩٩		

- ومن الجدول السابق يتضح لنا أنه لا توجد فروق دالة بين المجموعات الأربعة وذلك بالنسبة للمضمونين، بما يعنى أن طريقة ترتيب الأسئلة فى استمارة الاستبيان لم تكن عاملاً مؤثراً فى طريقة استجابة المبحوثين على أسئلة المكون السلوكى وذلك فيما يتعلق بالبرامج الدينية وكذلك برامج العنف وأفلام الأكشن. حيث إن قيم F على التوالي هى: (١,١٦٩ ، ٠,٥٧٤) ، وهى قيم غير دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).
- وعلى هذا نرفض الفرض السادس.

التطبيق الثانى: القنوات الفضائية الإباحية:

• إطار التطبيق: على الرغم من تعدد الموضوعات وتنوع المجالات التى تم اختيار نظرية تأثيرية الآخرين بها، فإن هناك موضوعين ومجالين قد استأثرا بالنصيب الأعظم من هذه الدراسات وهما:-

• مواد العنف فى التلفزيون.

• أفلام "البورنو" والمواد الإباحية فى قنوات الكابل.

وإذا كان الباحث قد تناول تأثير "مواد العنف" فى التطبيق الأول، فإنه يتناول تأثير الأفلام "البورنو" والمواد الإباحية الخليفة فى التطبيق الثانى.

ونظراً للقلة النسبية لهذه المواد فى القنوات التلفزيونية الأرضية فإن توسيع نطاق التطبيق ليشمل القنوات الفضائية يعتبر ضرورة بحثية خاصة فى ضوء انتشار امتلاك "الدش" لدى شريحة كبيرة من الجمهور المصرى إضافة إلى وجود قنوات إباحية مفتوحة "غير مشفرة" على كثير من الأقمار التى تغطى منطقتنا العربية.

• فروض الدراسة:

١. توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيراتهم بالبرامج والمواد الإباحية فى القنوات الفضائية مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرية الآخرين بهذه المواد (الآخرون أكثر تأثراً من الأنا).
٢. توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم الفجوة الإدراكية (بين تأثيرية الأنا وتأثيرية الآخرين) ودرجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو هذه المواد الإباحية.
٣. تختلف مساحة الفجوة الإدراكية (اتساعاً وضيقاً) باختلاف المسافة النفسية/ الاجتماعية بين الفرد والآخرين.

• منهجية القياس

أولاً: منهجية قياس المكونين الإدراكي والسلوكي:

تم قياس المكونين الإدراكي والسلوكي بالطريقة ذاتها التى تم استخدامها فى التطبيق الأول مع مراعاة تغيير الصياغة لتناسب موضوع التطبيق.

ثانياً: منهجية قياس المسافة النفسية/ الاجتماعية:

تم استخدام نفس المقياس الذى استخدمته الدراسات السابقة التى عالجت هذا المتغير مع تغيير بعض الفئات لتتناسب مع مجال التطبيق. وعلى هذا تم استخدام السؤال التالى:-

- من فضلك، هل يمكن أن ترتب الفئات التالية حسب درجة تأثرها بهذه المواد والبرامج بحيث تبدأ بالأكثر تأثراً وتنتهى بالآقل تأثراً.

- أنا (نفسى).

- أصدقائى المقربين.

- معارفى وجيرانى.

- زملاى فى العمل (أو فى الدراسة).

- المصريين بصفة عامة.

• منهج الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج المسحى، وعلى أسلوب المسح بالعينة، وتم استخدام استمارة الاستبيان المقننة كأداة لجمع البيانات، وتم ملؤها مع المبحوثين من خلال المقابلة الشخصية^(*).

• عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة على (١٧٠) مفردة من سكان محافظة القاهرة والجيزة ممن يمتلكون الدش، وتم الاعتماد على أسلوب العينة العمدية وعينة المتطوعين وذلك لعدم وجود إطار عام يمكن من خلاله سحب عينة عشوائية (بأنواعها المختلفة).

وعلى الرغم من عيوب هذين النوعين من أنواع العينات (عينات غير احتمالية) المتمثلة فى عدم إمكانية التعميم أو الإدعاء بأنها ممثلة تمثيلاً جيداً لمجتمع الدراسة فإنه

(*) نظراً لحساسية الموضوع، وخشية أن يؤدى أسلوب أن يقوم الباحث بقراءة الأسئلة على المبحوث وتسجيل إجابته إلى إجابة المبحوث إجابة متحيزة وغير صادقة لذا فقد ترك الباحث الاستمارات للمبحوثين مع جعل ذكر الاسم (اختيارياً).

- يمكن الخروج منها بمؤشرات عامة يعتمد عليها فى اختبارات الفروض.
- الإطار الزمنى لجمع البيانات: تم جمع بيانات هذا التطبيق خلال شهر يوليو ٢٠٠١.
- خصائص عينة الدراسة: يبين الجدول التالى خصائص عينة التطبيق الثانى:

جدول رقم (٩)

خصائص عينة التطبيق الثانى

النوع	ك	%
ذكور	٩٤	٥٥,٣
إناث	٧٦	٤٤,٧
العمر		
- أقل من ٢٠ سنة	٢٤	١٤,١
- ٢٠ - ٤٠ سنة	٨٧	٥١,٢
- ٤٠ - ٦٠ سنة	٤٨	٢٨,٢
- ٦٠ سنة فأكثر	١١	٦,٥
المستوى الاقتصادى		
- منخفض	١٨	١٠,٦
- متوسط	٧٩	٤٦,٥
- مرتفع	٧٣	٤٢,٩
المستوى التعليمى		
- منخفض	٨	٤,٧
- متوسط	٤٥	٢٦,٥
- مرتفع	١١٧	٦٨,٨
المجموع	١٧٠	١٠٠

• نتائج اختبارات الفروض:

• الفرض الأول:

- توجد فروق ذات دلالة في مستوى إدراك الأفراد لتأثيراتهم بالبرامج والمواد الإباحية في القنوات الفضائية مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرية الآخرين بهذه المواد.
- تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن (٢,٣%) من عينة الدراسة يعتقدون أنهم أكثر مشاهدة لأفلام "البورنو" والمواد الخليعة في الدش من الآخرين، في حين يعتقد (٩٧,٧%) أن الآخرين أكثر تعرضاً لهذه المواد منهم.
- وتشير النتائج أيضاً إلى أن (٥,٣%) يعتقدون أن هذه المواد ليس لها تأثير على مشاهدتها، في حين يعتقد (٩٩,٤%) أن لها تأثيراً ضعيفاً، ويعتقد (٧٥,٣%) أن لها تأثيراً قوياً.
- وبسؤال المبحوثين عن الأكثر تأثراً بهذه المواد، أشار (٢١,٢%) من مفودات العينة إلى أنهم يعتقدون أنهم أكثر تأثراً بها من الآخرين، فسي حين أشار (٧٨,٨%) إلى اعتقادهم في أن الآخرين أكثر تأثراً بها منهم.
- لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة في مستوى إدراك الأفراد لتأثيراتهم في مقابل تأثيرية الآخرين، تم إجراء اختبار "ت" بطريقة العينة المزدوجة paired sample وكانت نتائج الاختبار على النحو التالي:-

جدول رقم (١٠)

نتائج اختبار "ت" للمقارنة بين تأثيرية الأنا والآخرين بالمواد الإباحية

مجال التأثير	المتوسط M	الانحراف المعياري SD	درجات الحرية	الفروق	SD	قيمة تـ	P
التأثير على الذات	٢,٢٤	١,٤٩	١٦٩	١,٩٧	١,٩٧	١١,٨٢	٠,٠٠٠١
التأثير على الآخرين	٤,٠٣	١,٢١	١٦٩				

نظريات الراس العام الفصل الأول

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد في تأثيرية الآخرين بالمواد الإباحية ($82 = 4.03 - SD = 1.21$) أكبر من متوسط درجة اعتقاد الأفراد في تأثيرتهم بهذه المواد ($M = 2.24 - SD = 1.49$) وأن الفرق بينهما دالة إحصائية، حيث إن قيمة $t = (11.82)$ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.05) وبدرجة ثقة (0.95) .

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض الأول .

• الفرض الثاني:

توجد علاقة ارتباطية بين حجم الفجوة الإدراكية (بين تأثيرية الأنثا وتأثيرية الآخرين) ودرجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو هذه المواد الإباحية.

- بسؤال المبحوثين عن درجة تأييدهم (أو رفضهم) لوضع قيود أو فرض رقابة (إن أمكن) على المواد الإباحية في القنوات الفضائية أشار (55.3%) إلى موافقتهم بشدة على وضع القيود وفرض الرقابة، وأشار (23.9%) إلى موافقتهم، في حين لم يستطع (7.1%) أن يتخذ رأياً، وأشار (8.2%) إلى معارضتهم لفرض رقابة أو وضع أي قيود وأشار (5.3%) إلى معارضتهم الشديدة. معنى ذلك أن (79.2%) من العينة يقعون على جانب الموافقة من "المتصل" ويقع (13.5%) على جانب المعارضة منه.
- لاختبار العلاقة الارتباطية بين حجم الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الأفراد لفرض رقابة أو وضع قيود (إن أمكن) على المواد الإباحية تم إجراء اختبار بيرسون $person$ للعلاقة بين المكونين الإدراكي والسلوكي، وأسفر الاختبار عن العلاقات التي يجمها الجدول التالي:-

جدول رقم (١١)

اختبار العلاقة بين المكونين الإدراكي والسلوكي

المسافة	r	P
- مساحة الفجوة الإدراكية * فرض رقابة ووضع قيود	٠,٢١٧	٠,٠٠٥
- درجة الاعتقاد في تأثرية الأنا * فرض رقابة ووضع قيود	٠,٧٩٢	٠,٠٠٠١
- درجة الاعتقاد في تأثرية الآخرين * فرض رقابة ووضع قيود	٠,٢٥٢	٠,٠٠٠١

ومن الجدول السابق يتضح لنا ما يلي:

- إن هناك علاقة ارتباطية ضعيفة بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الأفراد لفرض رقابة أو وضع قيود على المواد الإباحية في القنوات الفضائية، غدير أن هذه العلاقة الارتباطية، على ضعفها، كافية لإثبات الفرض لأنها دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥) .
- إن هناك اختلافاً في شدة العلاقة بين المكونين الإدراكي والسلوكي وفقاً لاعتقاد الفرد في درجة تأثيره مقارنة بتأثرية الآخرين، فعندما يعتقد الفرد أنه أكثر قابلية للتأثر بهذه المواد تزيد شدة العلاقة لتصبح علاقة ارتباطية قوية ($r = ٠,٧٩٢$) ونقل نسبياً لتصبح ($r = ٠,٦٥٧$) في حالة اعتقاد الفرد أن الآخرين، وليس هو، أكثر قابلية للتأثر بهذه المواد الإباحية.

وعلى هذا نقبل الفرض الثاني.

الفرض الثالث: تختلف مساحة الفجوة الإدراكية (اتساعاً وضيقاً) باختلاف المسافة النفسية / الاجتماعية بين الفرد والآخرين.

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار تحليل التباين في اتجاه واحد ONE WAY ANOVA وذلك بطريقة Tukey HSD وذلك لاختبار مدى التباين في مساحة الفجوة الإدراكية باختلاف المسافة الاجتماعية بين الفرد والآخرين. وأسفر الاختبار عن النتائج التي يجمّلها الجدول التالي:

جدول رقم (١٢)

لختبار تحليل للتباين على مستويات المسافة الاجتماعية

التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة F	P
بين المجموعات	٥٨,٠٨٦	١٤,٦٧١	٤		
داخل المجموعات	٦٠٣,١٠٨	٣,٦٥٥	١٦٥	٤,٠١٤	٠,٠٠٤
المجموعة	٦٦١,١٩٤	--	١٦٩		

- ومن الجدول السابق يتبين لنا أن هناك فروقا دالة بين المجموعات المختلفة للمسافة الاجتماعية على مقياس الفجوة الإدراكية، حيث إن قيمة $F = 4.014$ ، وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٠٥). وبدرجة ثقة (٠,٩٥).
- وبين الجدول التالي مصادر التباين بين المجموعات.

جدول رقم (١٣)

مصادر التباين بين مجموعات المسافة الاجتماعية في الفجوة الإدراكية

أنا (نفسى)	أصدقائى المقربين	معارفى وجبرائى	زملائى فى العمل (أو فى الدراسة)	المصريين بصفة عامة
أنا (نفسى)				
أصدقائى المقربين				
معارفى وجبرائى				
زملائى فى العمل (أو فى الدراسة)				
المصريين بصفة عامة				

- ومن الجدول السابق يتبين لنا أن مساحة الفجوة الإدراكية بين تأثيرية الأنا وتأثيرية الآخرين تضيق وتتسع وفقاً للمسافة النفسية الاجتماعية بين الأنا والآخرين، فكلما قلت المسافة الاجتماعية (بين الأنا والأصدقاء المقربين) اتعدمت الفروق الدالة،

فصل الأول نظريات الراس العام

وكما زادت المسافة الاجتماعية (بين الأنا والمصريين بصفة عامة بين الأنا و معارفى وزملائى) زادت مساحة الفجوة الإدراكية.
وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض الثالث.

التطبيق الثالث: المواقع الجنسية على الإنترنت

• إطار التطبيق:

على الرغم من أهمية الإنترنت كوسيلة اتصالية معرفية، وعلى الرغم من استخداماته المتعددة، فإن هناك شريحة من الجمهور تعتقد أن له تأثيرات سلبية وذلك لما يحتويه من مواقع جنسية وإباحية كثيرة.

ويهدف هذا التطبيق الثالث إلى إعادة اختبار فروض الدراسة التى أجراها كل من وو وى وساه هون كو^(١٠٤) Wu Wei & Soh Hoon Koo (٢٠٠١) على عينة من طلاب كلية إدارة الأعمال بجامعة سنغافورة وذلك لدراسة فروض نظرية تأثرية الآخرين بالتطبيق على المواقع الجنسية والإباحية على الإنترنت.

ولعل إعادة اختبار فروض هذه الدراسة بنفس خطواتها المنهجية قد تساعدنا فى الحكم على مدى قابلية فروض النظرية للتحقق بغض النظر عن السياقات الاجتماعية والمجتمعية التى تطبق فيها.

• فروض الدراسة:

١. توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيراتهم بالمواقع الجنسية على الإنترنت مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثرية الآخرين بهذه المواقع (الآخرون أكثر تأثراً من الأنا).

٢. توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم الفجوة الإدراكية (بين تأثرية الأنا وتأثرية الآخرين) ودرجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو هذه المواقع الجنسية.

• منهجية القياس

أولاً: منهجية قياس حجم التعرض للمواقع الجنسية:

تم استخدام مقياس حجم التعرض للمواقع الجنسية الذى وضعه كل من وو وى

نظريات الرأى العام الفصل الأول

وساه هون كو واستخدمه في دراستها (٢٠٠١) ويتكون المقياس من ست عبارات تتعلق بالتعرض لنوعين من المواقع:-

- مواقع ذات مضامين جنسية مباشرة وصريحة X. Rated Content ويظهر فى هذه المواقع عشاق Couples يمارسون الجنس بصورة واضحة.
- مواقع ذات مضامين جنسية غير مباشرة R. Rated Content، وتحتوى هذه المواقع على صور للأعضاء الجنسية لأغراض تعليمية أو فنية. كما قد تحتوى على تصوص "جنسية غير مصاحبة بصور، كما قد تحتوى على بعض النكات الجنسية الصارخة.

ثانيا: منهجية قياس المكونين الإدراكي والسلوكي:

تم قياس المكونين الإدراكي والسلوكي بالطريقة ذاتها التي تم استخدامها فى التطبيقين الأول والثاني، مع تعديل الصياغة لتناسب مجال التطبيق.

• منهج الدراسة:

تم الاعتماد على منهج المسح، وعلى أسلوب المسح بالعينة، وأستخدمت استمارة الاستبيان المقننة كأداة لجمع البيانات، وتم ملؤها من خلال توزيعها على مفردات العينة وتركها لهم بعض الوقت (M= ١٥ ق) للإجابة عن أسئلتها^(*).

• عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة على ١٠٠ مفردة من طلاب الجامعة الأمريكية بالقاهرة (AUC) ممن يستخدمون "الإنترنت" فى القاعة الرئيسية بالمكتبة^(*) ويمكن تصنيف عينة الدراسة الحالية على أنها "عينة مصادفة" وتعتمد على "المتطوعين"، وهى فى ذلك تتشابه مع عينة التطبيق الثانى من حيث كون كلا النوعين "عينات غير احتمالية".

(*) تمت كتابة الاستمارة باللغة الإنجليزية.

(*) يوجد بمكتبة الجامعة الأمريكية ما يقرب من ١٠٠ جهاز كمبيوتر متصلين بالإنترنت وتستخدم مجاناً لمشتركي المكتبة، وتشهد القاعد التى تحوى هذه الأجهزة إقبالاً من عدد كبير من الطلاب مما قد لا يتوافر فى "مقاهى الإنترنت" العامة أو فى الجامعات الحكومية.

• خصائص عينة الدراسة:

يوضح الجدول التالى خصائص عينة الدراسة:

جدول رقم (١٤)

خصائص عينة التطبيق الثالث

النوع	ك	%
• النوع		
ذكور	٤٦	٤٦
إناث	٥٤	٥٤
• طبيعة الدراسة		
- نظرية	٣٧	٣٧
- عملية	٦٣	٦٣
• الفرقة الدراسية		
- الأولى	١٩	١٩
- الثانية	٢٥	٢٥
- الثالثة	١٨	١٨
- الرابعة	٣٨	٣٨
المجموع	١٠٠	١٠٠

• الإطار الزمنى للدراسة: تم تطبيق الدراسة خلال شهر سبتمبر ٢٠٠١.

• نتائج اختبارات الفروض:

- الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة فى مستوى إدراك الأفراد لتأثيرتهم بالمواقع الجنسية على الإنترنت مقارنة بمستوى إدراكهم لتأثيرية الآخرين بهذه المواد.
- تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن (١١%) من عينة الدراسة يعتقدون أنهم أكثر تعرضاً للمواقع الجنسية على الإنترنت من الآخرين، فى حين يعتقد (٨٩%) أن

الآخرين أكثر تعرضاً منهم لهذه المواقع.

- وتشير النتائج أيضاً إلى أن (١٥%) يعتقدون أن هذه المواقع ليس لها تأثير على زائريها، في حين يعتقد (٢٢,٧%) أن لها تأثيراً ضعيفاً ويعتقد (٦٢,٣%) أن لها تأثيراً قوياً.
- وبسؤال المبحوثين عن الأكثر تأثراً بهذه المواقع، أشار (٢٥%) إلى اعتقادهم في كونهم الأكثر تأثراً مقارنة بالآخرين، في حين أشار (٧٥%) إلى اعتقادهم في أن الآخرين أكثر تأثراً بها منهم.
- لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة في مستوى إدراك الأفراد لتأثيراتهم في مقابل تأثرية الآخرين، تم إجراء اختبار "ت" بطريقة العينة المزدوجة paired sample وكانت نتائج الاختبار على النحو التالي:

جدول رقم (١٥)

نتائج اختبار "ت" للمقارنة بين تأثرية الأنا والآخرين بالمواقع الجنسية

مجال التأثير	المتوسط M	الانحراف المنهاري SD	درجات الحرية	الفرق التأثير	SD	قيمة ت	P
التأثير على الذات	١,٩٣	١,٠٠٧	٩٩				
التأثير على الآخرين	٣,٩٣	١,٢٤٩	٩٩				٠,٠٠١

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد في تأثرية الآخرين بالمواقع الجنسية على الإنترنت ($M = 3,93$, $SD = 1,249$) أكبر من متوسط درجة اعتقادهم في تأثيرتهم بهذه المواقع ($M = 1,93$, $SD = 1,007$) وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً، حيث إن قيمة $t = 10,729$ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥) وبدرجة ثقة (٠,٩٥) وعلى هذا نقبل الفرض الأول:

الفصل الأول نظريات الراس العام

- الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية بين حجم الفجوة الإدراكية (بين تأثيرية الأنا وتأثيرية الآخرين) وبدرجة تأييد الأفراد لاتخاذ إجراء معين نحو هذه المواقع.
- بسؤال المبحوثين عن درجة تأييدهم (أو رفضهم) لوضع قيود وفرض رقابة (إن أمكن) على المواقع الجنسية على الإنترنت أشار (٦٠%) إلى موافقتهم بشدة على وضع القيود وفرض الرقابة، وأشار (١٩%) إلى موافقتهم، في حين لم يستطع (٦%) أن يتخذ رأياً، وأشار (٩%) إلى معارضتهم لفرض رقابة أو وضع أى قيود، وأشار (٦%) إلى معارضتهم الشديدة.
- لاختبار العلاقة الارتباطية بين حجم الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الأفراد لفرض رقابة أو وضع قيود (إن أمكن) على المواقع الجنسية تم إجراء اختبار بيرسون person للعلاقة بين المكونين الإدراكي والسلوكي، وأسفر الاختبار عن العلاقات التي يجملها الجدول التالي:-

جدول رقم (١٦)

اختبار العلاقة بين المكونين الإدراكي والسلوكي

P	r	العلاقة
٠,٥٤٦	٠,٠٦	- مساحة الفجوة الإدراكية * فرض رقابة ووضع قيود
٠,٠٨	٠,١٧٢	- درجة الاعتقاد في تأثيرية الأنا * فرض رقابة ووضع قيود
٠,٠٦	٠,٢٣٠	- درجة الاعتقاد في تأثيرية الآخرين * فرض رقابة ووضع قيود

ومن الجدول السابق يتضح لنا ما يلي:

إنه لا توجد علاقة ارتباطية بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأييد الفرد بفرض رقابة ووضع قيود (إن أمكن) على المواقع الجنسية على الإنترنت، حيث إن قيمة $r = ٠,٠٦$ وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥). وعلى هذا نرفض الفرض الثاني.

• مناقشة نتائج الدراسة .

اختلفت الدراسة الحالية (بتطبيقاتها الثلاثة) أحد عشر فرضاً رئيساً بالإضافة إلى عدد من الفروض الفرعية، وتم التحقق من صحة بعض الفروض، ولم يتم التحقق من صحة بعضها الآخر، ويمكن تفسير نتائج الدراسة وإلقاء الضوء على العوامل التي حددت منطقتها على النحو التالي:

(١) النتائج الخاصة بالفرض الإدراكي :

تم التحقق من صحة الفرض الإدراكي فى تطبيقات الدراسة الثلاثة:

ففى التطبيق الأول: أشارت النتائج إلى أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثيرية الآخرين ببرامج العنف أكبر من متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثيرتهم، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً.

وفى التطبيق الثانى: أشارت النتائج إلى أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثيرية الآخرين بالمواد الإباحية أكبر من متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثيرتهم بهذه المواد، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً.

وفى التطبيق الثالث: أشارت النتائج إلى أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثيرية الآخرين بالمواقع الجنسية على الإنترنت أكبر من متوسط درجة اعتقاد الأفراد فى تأثيرتهم بهذه المواقع، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج كل الدراسات السابقة فى مجال نظرية تأثيرية الآخرين بما يجعلنا نتفق مع بيرلوف (Perloff ١٩٩٣ ، ١٩٩٦) (١٠٥) ومع كل من دويجاين وسالوين وبول (Dupagne, Salwen & paul ١٩٩٩) (١٠٦) على أن "الفرض الإدراكي فى نظرية تأثيرية الآخرين أصبح مؤكداً Robust بغض النظر عن السياق الذى يتم اختبار الفرض فيه".

ولعله مما يزيد من اعتقاد الباحث فى صحة الفرض الإدراكي أنه ثبت على الرغم من اختلاف الوسيلة المراد قياس تأثيرها (قنوات التليفزيون الأرضية، القنوات الفضائية، الإنترنت) وكذلك باختلاف نوعية وخصائص الجمهور (جمهور عام - طلاب جامعة).

• النتائج الخاصة باختبار الفرض السلوكي :

يشير كثير من الباحثين إلى أن الفرض السلوكي من الفروض التي تثير الجدل والنقاش وليس هناك اتفاق على نتائجه^(١٠٧) وأن الدراسات التي أجريت لاختبار هذا الفرض غير مقنعة في نتائجها^(١٠٧). ومن ثم فإن هذا الفرض، على عكس الفرض الإدراكي، لا يزال غير مؤكد unsubstantiated حتى الآن^(١٠٨).

وتأتى الدراسة الحالية (بتطبيقاتها الثلاثة) متفقة مع التوجه العام للدراسات الأخرى من حيث قبول الفرض أحياناً ورفضه في أحيان أخرى، حيث أشارت نتائج التطبيق الأول إلى عدم وجود علاقة بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأكيد الفرد لفرض رقابة على مواد العنف في التلفزيون.

وأشارت نتائج التطبيق الثالث إلى عدم وجود علاقة بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأكيد الفرد لفرض رقابة على المواقع الجنسية على الإنترنت. غير أنه، في المقابل، تشير نتائج التطبيق الثاني إلى وجود علاقة بين مساحة الفجوة الإدراكية ودرجة تأكيد الفرد لفرض رقابة على المواد الجنسية في القنوات الفضائية.

وإذا كان من الممكن تفسير نتائج التطبيق الثاني، والتي تحقّق فيها الفرض، في ضوء التفسيرين اللذين تم تقديمهما سابقاً وهما:

- التفسير القائم على نظرية الدافعية الوقائية لروجرز، والذي ينظر إلى تأكيد فرض الرقابة على وسائل الإعلام في نظرية تأثيرية الآخرين باعتباره استجابة تكيفية Adaptive Response للتعامل مع الخطر أو التهديد الذي تمثله وسائل الإعلام^(١٠٩).

- التفسير القائم على مفهوم الودية، والذي يصور الرقيب كأنه "أب" يقوم بعمل نموذجي مقصود An Exemplary Act، ومن ثم يضيف على فرض الرقابة معنى إنسانياً ويجعله مقبولاً من الناحية الاجتماعية^(١١٠).

فإن عدم ثبوت الفرض السلوكي في التطبيقين الأول والثالث يدفعنا إلى استعارة التفرقة التي وضعها دافان شاه وزملاؤه Dhavan Shah (١٩٩٩) وذلك للتمييز بين:-
١- تقدير الأفراد وتوقعاتهم عن مدى قابليتهم (والآخرين) وحساسيتهم للتأثر بالرسائل

ب- تقدير الأفراد وتوقعاتهم عن مدى قوة التأثير الناتج عن التعرض لهذه الرسائل Severity^(١١١).

وفي التطبيق الأول والثالث قد يكون مستوى توقعات الأفراد عن القابلية للتأثر مرتفعاً غير أن تقديرهم لمستوى التأثير منخفض مما أحدث هذا التناقض. غير أن هذه النتائج المتضاربة وغير المؤكدة للفرض السلوكي تدفع بعض الباحثين لإجراء دراسات لاحقة مبنية على تفسيرات أخرى للفرض السلوكي يمكن التحقق منها إمبيريقياً.

(٣) المتغيرات الوسيطة:

أ- نوع القضية ومدى مقبوليتها من الناحية الاجتماعية:

درج معظم الباحثين في مجال نظرية تأثرية الآخرين على اختيار قضايا أو مضامين يفترض أنها غير مقبولة اجتماعياً، وهذا الاختيار يعطى منطقية لاختبار النظرية: فالمضمون غير المقبول اجتماعياً (السلبي، الضار، غير الوظيفي...) قد يزيد من مساحة الفجوة الإدراكية في حين أن المضمون المقبول اجتماعياً قد يقلل من هذه المساحة أو قد يعكس للفرض الإدراكي تماماً (تأثيرية الأنا أكبر من تأثيرية الآخرين)^(١١٢).

وفي التطبيق الأول من الدراسة الحالية تم سؤال المبحوثين عن وتأثير نوعين من المضامين، أحدهما سلبي (برامج العنف) والآخر إيجابي (البرامج الدينية)، وتشير النتائج إلى أنه في حالة سؤال المبحوثين عن تأثير المضمون السلبي وجد أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد في تأثرية الآخرين بهذا المضمون أكبر من متوسط درجة اعتقادهم في تأثرية الآخرين وأن الفروق دالة إحصائياً، في حين وجد، عند سؤالهم عن المضمون الإيجابي، أن متوسط درجة اعتقاد الأفراد في تأثرية الآخرين بهذا المضمون أكبر، وبفروق دالة، عن متوسط درجة اعتقاد الأفراد في تأثرية الآخرين (الفرض العكسي). وعلى هذا فإن نتائج هذه الدراسة تتفق مع نتائج الدراسات السابقة سواء فيما

يتعلق بالفرض الأصلي أو بالفرض العكسي. غير أنه لابد من الإشارة إلى أن إحدى المشكلات التي واجهت هذه الدراسة، كما واجهت غيرها من الدراسات، أن تحديد مدى مقبولية القضية اجتماعياً أو عدم مقبوليته لم يتم قياسه وإنما تم افتراضه.

(ب) متغير المسافة النفسية الاجتماعية:

يشير مفهوم المسافة النفسية الاجتماعية إلى الطريقة التي من خلالها يحدد الأفراد موقع أقرانهم عند المقارنة من التعرض لموضوع ما، وقد عرض بيرلوف (1993) نتائج ثلاث دراسات تشير إلى أن الفجوة الإدراكية تزداد كلما تم إدراك الآخرين على أنهم تبعدهم مسافة عن الأنا⁽¹¹²⁾. كما أشارت بعض الدراسات إلى أن مساحة الفجوة الإدراكية تتحدد وفقاً لمن هو الآخر الذي تتم معه المقارنة، حيث تزداد الفجوة كلما تم إدراك الآخر على أنه بعيد جداً (الإنسان العادي average person) وتقل الفجوة عندما يكون الآخر هو صديق القريب⁽¹¹³⁾.

وفي التطبيق الثاني من الدراسة الحالية تم اختبار متغير المسافة النفسية الاجتماعية، وأشارت النتائج إلى أن مساحة الفجوة الإدراكية تضيق وتوسع وفقاً للمسافة النفسية والاجتماعية بين الأنا والآخرين، فكلما قلت المسافة الاجتماعية (كذلك التي بين الفرد وأصدقائه المقربين) انعدمت الفروق الدالة، وكلما زادت المسافة الاجتماعية (كذلك التي بين الفرد والإنسان العادي) زادت مساحة الفجوة الإدراكية). معنى هذا أن نتائج الدراسة تتفق في مجملها مع نتائج الدراسات السابقة في هذا المجال.

غير أنه لابد من الإشارة أيضاً إلى أن الدراسة الحالية تشترك مع غيرها من دراسات في كونها لم تتضمن مقياساً للمسافة النفسية الاجتماعية وإنما افترضت ترتيباً معيناً للجماعات على متصل المسافة النفسية الاجتماعية.

The Social Distance Construct

(ج) المتغيرات الديموجرافية:

لم تركز معظم الدراسات التي أجريت في مجال تأثيرية الآخرين على المتغيرات الديموجرافية، ومن ثم لا توجد دراسات، في حدود إطلاع الباحث، يمكن المقارنة

معها.

وتشير نتائج هذه الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة سواء على المستوى الإدراكى أو على المستوى السلوكى ترجع إلى خصائص المبحوثين الديموجرافية. غير أن هذا الاختبار الوحيد لا يكفى وحده لتعميم هذه النتيجة ومن ثم فإن هناك حاجة ماسة لبعض الدراسات اللاحقة التى تعيد اختبار هذه التفسيرات فى علاقتها بنظرية تأثيرية الآخرين.

(د) طريقة ترتيب الأسئلة فى الاستمارة:

أشار الباحثون طوال عقد الثمانينات إلى أن طريقة وضع الأسئلة التى تظهر الذات فى مقارنة مع الآخرين يجعل المبحوثين يجيبون عنها بطريقة فيها تحيز للذات، ومن ثم يظهرون أنفسهم بصورة أجمل وأقل قابلية للتأثر بالتأثيرات الضارة لوسائل الإعلام مقارنة بالآخرين^(١١٥).

على أن نتائج الدراسات التى أجريت خلال التسعينات تشير إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة ناتجة عن طريقة ترتيب الأسئلة إلى الحد الذى ذهب فيه بعض الباحثين إلى أنه يجب إعداد قضية ترتيب الأسئلة من القضايا البحثية فى مجال نظرية تأثيرية الآخرين^(١١٦).

وفى التطبيق الأول من هذه الدراسة تم اختبار متغير ترتيب الأسئلة فى الاستمارة حيث تم إعداد أربع نسخ من استمارة الاستبيان رتب الأسئلة فى كل نسخة بطريقة مختلفة عن الأخرى، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة بين هذه النسخ سواء فيما يتعلق بنتائج الفرض الإدراكى أو فيما يتعلق بالفرض السلوكى ماعدا فرقا وحيدا وجد بين مجموعتين (من ١٦ مجموعة) وبفروق قد تصل إلى مستوى عدم الدلالة.

وعلى هذا تتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج بقية الدراسات فى هذا المجال. وتتفق مع مقولة إنه يجب إعداد هذه القضية من قضايا البحث فى النظرية^(١١٧).

(هـ) متغيرات أخرى في حاجة إلى الاختبار:

إضافة إلى المتغيرات التي حاول الباحث اختبارها في التطبيقات الثلاثة للدراسة توجد بعض المتغيرات الأخرى التي تحتاج إلى دراسات لاحقة تختبرها وتوضح حدود تأثيرها. وهذه المتغيرات هي:

• متغير الاستغراق (الاندماج).

• متغير المعرفة.

• متغير درجة الثقة في مصدر الرسالة.

كما يمكن اختبار النظرية على المضامين المقدمة في وسائل أخرى كالصحافة (صفحات الحوادث والجرائم - الدعاية الانتخابية الحزبية ...)، والفديو (أفلام العنف - أفلام البورنو ...) وغيرها.

- (1) Philips Davison (1983) The Third person Effect in Communication. *Public Opinion Quarterly*, vol. 47, pp. 1-15.
- (2) Michel Dupagne, Michael B. Salwen & Bryant paul (1999) Impact of Question order on the third- person Effect. *International Journal of public opinion research*, vol. 11, no. 4, p. 334.
- (3) Richard M. perloff (1993) Third – person Effect Research 1983- 1992: A Review and Synthesis. *International Journal of public opinion Research*, vol. 5, no. 2, p. 167.
- (4) *Ibid.* p. 168.
- (5) Michael B. Salwen & paul D. Driscoll (1997) Consequences of Third – person perception in support of press Restrictions in the O.J. Simpson Trial. *Journal of Communication*, vol. 47, no. 2, p. 61.
- (6) Philips Davison (1983), *op. cit.*, p. 3.
- (7) Julie M. Duck, Michael A. Hogg & Beborah J. Terry (1995) Me, Us and them: Political Identification and the third – person Effect in the 1993 Australian federal Election. *European Journal of Social Psychology*, vol. 25, pp. 195-215.
- (8) Philips Davison (1983), *op. cit.*, p. 3.
- (9) Richard M. perloff (1993) *op. cit.*, p. 176-178.
- (10) Richard M. perloff (1996) perceptions and conceptions of political Media Impact: The third person Effect and Beyond. In: Ann crigler (ed) *The pyschology of political communication*. Ann Arbor: The University of Michigan press. Pp. 177-197.
- (11) Philips Davison (1983) *op. cit.*, pp. 1-3.
- (12) *Ibid.* p. 3.
- (13) Weinstein, N. (1987) Unrealistic optimism about susceptibility to Health problems: Conclusions. From a community- wide sample. *Journal of Behavioral Medicine*, vol. 10. No. 5. Pp. 481-500.
- (14) John Chapin (2000) Third- person perception and Optimistic Bias Among urban Minority at- Risk youth. *Communication Research*, vol. 27 no. 1 pp. 51-81.
- (15) Vera Hoorens & Suzanne Ruiter (1996) The optimal Impact phenomenon: Beyond the Third person Effect. *European Journal of Social Psychology*. Vol. 26 pp. 599-610.

- (16) Harris, p. (1996) Sufficient Grounds for optimism. The Relationship Between perceived Controllability and optimistic Bias. **Journal of Social and Clinical Psychology**. Vol. 15 no. 1 pp. 9-52.
- (17) Smith, G., Gerrard, M. & Gibbons, F. (1997) Self- Esteem and the Relation between Risk Behavior and perceptions of Vulnerability to Unplanned Pregnancy in College Women. **Health Psychology**, vol. 16 No. 2 pp. 137-146.
- (18) Glanz, K., & Yang, H. (1996) Communicating about The Risk of Infectious diseases. **Journal of the American Association**, vol. 275 No. 3, p. 253.
- (19) William Eveland et al (1999) Rethinking the Social Distance Corollary, Perceived Likelihood of Exposure and the Third- person perception. **Communication Research**, vol. 26 No. 3 pp. 280-281.
- (20) Albert Gunther (1991) What we think others think: Causes and Consequences in the Third- person Effect. **Communication Research**. Vol. 18. No. 2, pp. 357-358.
- (21) Richard perloff (1993) op. cit., 177-178.
- (22) Ibid.
- (23) Richard perloff (1996) op. Cit., p. 188.
- (24) Ibid.
- (25) Glynn, G.J. & Ostman, R.E. (1988) public opinion about public opinion. **Journalism Quarterly**, vol. 65. pp. 299-306.
- (26) Dominic Lasorsa, (1989) Real and perceived Effects of "Amerika". **Journalism Quarterly**. Vol. 66, pp. 373-378 (+ 529).
- (27) Dianne Rucinski, & Charles Salmon, (1990) The "Other" as The Vulnerable Voter: A study of the third- person Effect in the 1988 U.S. Presidential Campaign. **International Journal of public opinion Research**. Vol. 2, pp. 345-368.
- (28) Richard perloff (1993) op. cit., p. 171.
- (29) Julie, Duck, Michael Hogg & Deborah Terry (1995), op. cit., pp. 195-215.
- (30) Vera Hoorens & Suzanne Ruiter (1996) op. cit., pp. 599-610.
- (31) Michael, Salwen & Paul Driscoll (1997) op. cit., pp. 60-76.
- (32) Douglas Mcleod, William Eveland & Amy Nathanson (1997) Support for Censorship of Violent and Misogynic Rap Lyrics: An Analysis of the third person Effect. **Communication Research**, vol. 24 No. 2, pp. 153-174.
- (33) Vincent price, David Tewksbury & Li-Ning Huang (1998) Third- person Effects on publication of a Holocaust- Denial Advertisement. **Communication Research**. Vol. 48. Spring. Pp. 3-26.

- (34) Cynthia Hoffner et al (1999) Support for Censorship of Television Violence: The Role of The Third- Person Effect and News Exposure. *Communication Research*. Vol. 26, No. 6, pp. 72 :-742.
- (35) Lisa Henriksen & June Flora (1999) Third- Person perception and Children: pceived Impact of Pro- and Anti- smoking Ads. *Communication Research*. Vol. 26, No. 6, pp. 643-65.
- (36) William Eveland et al (1999) *op. cit.*, pp. 275- 302.
- (37) Michael Salwen & Michel Dupagne (1999) The Third- Person Effect: Perception of the Media's Influence and Immoral Consequences. *Communication Research*. Vol. 26, No. 5, pp. 523-549.
- (38) John Chapin (2000), *op. cit.*, pp. 51-81.
- (39) Wolfram Peiser & Jochen Peter (2000) Third- Person Perception of Television – Viewing Behavior, *journalism Quarterly*, vol. 50 Winter, pp. 25-45.
- (40) Wu Wei & Soh Hoon Koo (2001) Internet Communication and Third-Person Effect: An Exploratory Study in Singapora. *Unpublished study*, Email: Fbawuw@nus.edu.sg.
- (41) Philips Davison (1983) *op. cit.*, p. 3.
- (42) Dhavan V. Shah (1999) Susceptibility and Severity: Perceptual Dimensions Underlying the third- person Effect. *Communication Research*. Vol. 26, no. 2, p. 247.
- (43) Michael Salwen & Michel Dupagne (1999) *op. cit.*, p. 527.
- (44) *Ibid.*
- (45) Richard perloff (1993) *op. cit.*, p. 172.
- (46) Diana Mutz, (1989) The Influence of perceptions of Media Influence: Third person Effects and The Public Expression of Opinions. *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 1, pp. 3-23.
- (47) Rucinski, D. & Salmon, C.T. (1990) *op. cit.*, pp. 345-68.
- (48) Richard perloff (1993), *op. cit.*, p. 173.
- (49) Michael Salwen & Michel Dupagne (1999) *op. cit.*, pp.523-549
- (50) Michael Salwen & Paul Driscoll (1997) *op. cit.*, pp.60-76
- (51) Douglas Mcleod, William Eveland & Amy Nathanson (1997) *op. cit.*, pp153-174
- (52) Vincent price, David Tewksbury & Li- Ning Huang (1998) *op. cit.*, pp. 3-26.
- (53) Cynthia Hoffner et al (1999) *op. cit.*, pp. 726-42.
- (54) Michel Dupagne, Michael Salwen & Bryant paul (1999) *op. cit.*, p. 334.
- (55) Michael Salwen & Michel Dupagne (1999) *op. cit.*, pp.523-549

- (56) Ven- Hwei Lo & Anna Paddon (2000) Third – Person perception and Support for pornography Restriction: Some Methodological problems. *International Journal of Public opinion Research*. Vol. 12, No. 1, pp. 80-89.
- (57) Wu Wei & Soh Moon Koo (2001) *op. cit.*
- (58) Richard Perloff (1993) *op. cit.*, p173
- (59) Albert Gunther. (1991) *op. cit.*, pp. 355-372.
- (60) Richard Perloff (1993) *op. cit.*, p. 173
- (61) *Ibid.*
- (62) Gunther, A. G. (1991) *op. cit.*, pp. 355-372.
- (63) Hernando Rojas et al (1996) For the Good of Others: Censorship and the third- person Effect. *International Journal of Public opinion Research*, vol. 8, pp. 163-86.
- (64) Albert Gunther (1995) Overrating the X- Rating: the third- Person perception and Support for censorship of pornography. *Journal of Communication*, vol. 45, No. 2, pp. 27-38.
- (65) Changhyun Lee & Siungchan Yang (1996) Third- person perception and support for censorship of sexually Explicit visual content: A Korean case, **Paper presented at the Association for Education in Journalism and Mass Communication**. Anaheim CA, August.
- (66) Dianne Rucinski & Charles Salmon (1990) *op. cit.*, pp.345-368
- (67) Richard perloff (1993) *op. cit.*, P.174
- (68) *Ibid.*
- (69) *Ibid.*
- (70) William Eveland & Douglas Mcleod (1999) The Effect of Social Desirability on perceived Media Impact: Implications for third person perceptions. *International Journal of public opinion Research*. Vol. 11, No. 4, p. 317.
- (71) Albert Gunther & paul Mandy (1993) Biased optimism and the third-person Effect. *Journalism Quarterly*. Vol. 70, pp. 2-11.
- (72) Vera Hoorens & Suzanne Ruiter (1996) *op. cit.*, pp. 599-610.
- (73) Julie Duck & Barbara Mullin (1995) The Perceived Impact of the Mass Media: Reconsidering the third person Effect. *European Journal of Social psychology*, vol. 25, pp. 77-93.
- (74) Albert Gunther & Ang peng Hwa (1996) public perceptions of Television Influence and opinions about censorship in singapore. *International Journal of public opinion Research*, vol. 8, pp. 248-65.
- (75) Vera Hoorens & Suzanne Ruiter (1996) *op. cit.*, pp. 599-610.
- (76) Michael Salwen & Michal Dupagne (1999) *op. cit.*, p. 525.

- (77) Lisa Henriksen & June Flora (1999) *op. cit.*, pp. 643-65.
- (78) John chapin (2000) *op. cit.*, pp. 51-81.
- (79) Richard perloff (1993) *op. cit.*, p.174
- (80) Robert Vallone et al (1985) The Hostile Media phenomenon: Biased perceptions and perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Massacre *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 49, no.3, pp. 577-88.
- (81) Diana Mutz (1989) *op. cit.*, pp. 3-23.
- (82) Dominik Lasorsa (1989) *op. cit.*, pp373-378
- (83) Philips Davison (1983) *op. cit.*, p.3
- (84) Diana Mutz (1989) *op. cit.*, pp3-23
- (85) Douglas Mcleod, William Evaland & Amy Nathanson (1997) *op. cit.*, pp. 153-174.
- (86) James Tiedge et al (1991) Discrepancy Between perceived First- person and perceived Third- person Mass Media Effects. *Journalism Quarterly*, vol. 86 (spring- summer) pp. 141-154.
- (87) Dominic Lasorsa (1989) *op. cit.*, pp. 373-378.
- (88) Paul Driscoll & Michael Salwen (1997) Self- perceived Knowledge of the O.J. Simpson Trial Third- person perception and perceptions of Guilt. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol. 74, No. 3, pp. 541-556.
- (89) Wills, T. (1981) Downward Comparison principles in Social psychology. *Psychological Bulletin*. Vol. 90, No. 2, pp. 245-271.
- (90) Richard perloff (1993) *op. cit.*, p. 175
- (91) *Ibid.*
- (92) Albert Gunther (1991) *op. cit.*, pp. 357-372.
- (93) Hans- Bernard Brosius & Dirk Engel (1996) The Causes of Third- person Effects: Unrealistic Optimism, Impersonal Impact, or Generalized Negative Attitudes Towards Media Influence ? *International Journal of public opinion Research*, vol. 8, pp. 142-162.
- (94) Willian Evaland et al (1999), *op. cit.*, p. 278.
- (95) *Ibid.*
- (96) Douglas Mcleod, Willian Eveland & Amy Nathanson (1997) *op. cit.*, p.317
- (97) Wu Wei & Soh Hoon Koo (2001) *op. cit.*
- (98) Richard Perloff (1993), *op. cit.*, p173-175
- (99) Michel Dupagne, Michael Salwen & Bryant Paul (1999) *op. cit.*, pp. 335-336.
- (100) *Ibid.*

- (101) Hans- Bernard Brosius & Drik Engel (1996) *op. cit.*, pp. 142-162.
- (102) Vincent price & David Tewksbury (1996) Measuring The Third person Effect of News: The Impact of Question order, Contrast and Knowledge. *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 8, pp. 120-141.
- (103) Michel Dupagne, Michael Salwen & Brgant Paul (1999), *op. cit.*, pp. 333-345
- (104) Wu Wei & Soh Hoon Koo (2001) *op. cit.*
- (105) Richard Perloff (1993), *op. cit.*, p173-175
- (106) Michel Dupagne, Michael Salwen & Brgant Paul (1999), *op. cit.*, pp. 333-345
- (107) Richard Perloff (1993), *op. cit.*, p173-175
- (108) Michael Salwen & Paul Driscoll (1997) *op. cit.*, pp.60-76
- (109) Douglas Mcleod, William Eveland & Amy Nathanson (1997) *op. cit.*, pp153-174
- (110) Dhavan V. Shah (1999) *op. cit.*, p p. 247.
- (111) Michael Salwen & Michal Dupagne (1999) *op. cit.*, p. 525.
- (112) Dhavan V. Shah (1999) *op. cit.*, p p. 247.
- (113) Richard Perloff (1993), *op. cit.*, p173-175
- (114) Ibid.
- (115) William Evaland et al (1999), *op. cit.*, p. 278.
- (116) Michel Dupagne, Michael Salwen & Brgant Paul (1999) *op. cit.*, pp. 333-345
- (117) Hans- Bernard Brosius & Dirk Engel (1996)) *op. cit.*, pp.142-162.

الفصل الثانى

ظاهرة "توهم المعرفة" فى استطلاعات الراى
العام

وسائل الإعلام وعلاقتها بظاهرة "توهم المعرفة"

في استطلاعات الرأي العام في مصر

تمهيد :

منذ أن قدم أفلاطون "رمزية الكهف"^(*) وهناك عديد من المحاولات لإقامة تفرقة وتمييز بين الواقع الفعلي من ناحية والواقع كما نتخيله أو كما نعتقد في هيئته من ناحية أخرى، وكان آخر هذه المحاولات، وأشهرها، في القرن العشرين، ما ذهب إليه والتر ليبمان Lippmann في كتابه "الرأي العام" (١٩٢٢) من أن كل فرد يصنع لنفسه داخل رأسه صورة موثوقاً بها للعالم الذي يعيش فيه، وأياً كان اعتقاده في هذه الصورة فإنه يتعامل معها كما لو كانت هي العالم نفسه... وإن ما يطلق عليه "تكييف الفرد مع بيئته" يحدث من خلال هذه الصورة الخيالية Fiction أو البيئة الزائفة Pseudo Environment^(١).

ولعل فكرة "توهم المعرفة Pluralistic Ignorance" أن تكون مظهرًا من مظاهر هذا التقابل بين الواقع كما يدركه الفرد Perceived Social Reality والواقع الحقيقي Actual Reality وشكلًا من أشكاله الراهنة.

ويُنسب مصطلح "توهم المعرفة" إلى عالم النفس الاجتماعي فلويد ألبورت Allport الذي استخدمه لأول مرة عام (١٩٢٤)^(٢). ثم اشترك في استخدامه مع تلميذه دانيال كاتز Katz عام (١٩٣١)^(٣) ليشيرا به إلى "الانطباعات الخاطئة وغير المبررة Unwarranted التي يكونها الأفراد عن مشاعر الآخرين وعن معتقداتهم في المواقف المختلفة"، ثم ما لبث أن شاع المصطلح في كثير من المجالات البحثية أبرزها مجال دراسات الرأي العام حيث يستخدم للإشارة إلى "القراءة الخاطئة لموقف الأغلبية Misreading of the Majority Position حيث يكون التركيز على الإطار الشكلي

(*) تشير رمزية الكهف إلى "مجموعة من الأشخاص كانوا يسكنون في "قبو" تحت الأرض، ولا يرون الآخرين إلا في صورة "خيالات منعكسة" (مقلوبة) نتيجة انعكاس الضوء على نفاذة القبو، وحدث أن خرج أحد هؤلاء من القبو و رأى العالم الحقيقي (غير المقلوب) فشمع بغرابة الواقع (العالم) و عندما عاد أبلغ زملائه بما شاهد فلم يصدقوه وصفوه بالجنون".

(الظاهري) للرأي وليس على توزيعه الحقيقي⁽⁴⁾.

وعلى الرغم من تعدد أسباب ظاهرة "توهم المعرفة" واختلاف الباحثين في ترتيبها، فإن هناك اتفاقاً على أن وسائل الإعلام، في عصرنا الحديث، لها دور في هذه الظاهرة، إذ يمكن أن تكون عاملاً على تعميق وجود الظاهرة وذلك عندما لا تعكس الواقع بدقة وعندما تقدم معلومات مشوهة ومتحيزة، وقد تكون عاملاً على كسر حدة ظهور الظاهرة وتلاشيها عندما تقوم بدورها التويري بالكشف عن التوزيع الحقيقي للرأي في المجتمع، وقد تكون عاملاً لتثبيت الظاهرة والإبقاء على حالتها عندما تختلط فيها المعلومات الدقيقة بالمعلومات المشوهة.

مشكلة الدراسة و أهدافها

على الرغم من المحاولات الدائمة التي تقوم بها وسائل الإعلام لتقديم تغطية موضوعية لأحداث الحياة وقضاياها، فإن تعقد مظاهر الحياة وتشابكها وقلة الإمكانيات المتاحة، وكون وسائل الإعلام تعبر، في الغالب، عن مصالح مجتمعية واجتماعية معينة، تجعل من تقديم هذه التغطية الموضوعية مهمة صعبة إن لم تكن مستحيلة، لذلك فإن تغطية وسائل الإعلام لقضايا المجتمع عادة ما توصف بأنها متحيزة Biased ومائلة Slant. ولما كان الأفراد يعتمدون، في كثير من الأحيان، على وسائل الإعلام في استقاء الأخبار وفي التعرف على مجريات الأمور، فإنه من المحتمل أن تتكون لديهم مدركات مشوهة وأفكار خاطئة عن طبيعة القضايا المجتمعية من ناحية وعن توزيع الرأي العام تجاه هذه القضايا من ناحية أخرى .

في ضوء ذلك تتبلور مشكلة الدراسة وتتحدد أهدافها في اختبار هذا الطرح النظري وذلك من خلال رصد ظاهرة "توهم المعرفة" لدى الجمهور المصري إزاء عدد من القضايا المجتمعية، وتحليل العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام (التلفزيون / الصحف) ودرجة "توهم المعرفة" لدى الفرد، إضافة إلى محاولة تحليل دور بعض المتغيرات النفسية / الاجتماعية في تشكيل الظاهرة وتحديد علاقتها بوسائل الإعلام.

اختار الباحث، كمجال للتطبيق، ثلاث قضايا حظيت بتغطية كبيرة من وسائل الإعلام المصرية فى الآونة الأخيرة، وكانت مثار نقاش وجدل واسعين، وهى:-

(١) قضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب: وقد حظيت هذه القضية بتغطية إعلامية مكثفة خلال السنوات الماضية و تباينت بشأنها الآراء تبايناً شديداً ، وقد كان لتبنى المجلس القومي للمرأة لهذه القضية و محاولة استصدار قانون تشريعي من مجلس الشعب بهذا الخصوص أثره فى كثافة التغطية الإعلامية لها فى الفترة الأخيرة .

(٢) قضية إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك: على الرغم من قدم هذه القضية، باعتبارها حلماً داعب أنصار الوحدة العربية منذ الخمسينيات، فإن حصار الرئيس عرفات فى رام الله، وعجز الدول العربية - منفردة من ناحية ومجموعة متمثلة فى الجامعة العربية من ناحية أخرى - عن مساعدته وفك حصاره، قد أعاد طرح هذه الفكرة بشدة بحيث بدت وكأنها مطلب شعبي عام.

(٣) قضية تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات: وقد عالجت كثير من البرامج التليفزيونية والإذاعية وكثير من المقالات الصحفية والأعمدة هذا الموضوع بصورة متوازنة ومتوازنة بحيث ظن البعض أن هذه المعالجة الإعلامية هى تمهيد للرأى العام لقبول هذا الاقتراح على الرغم من انقسام الآراء بشدة تجاهه.

و يلاحظ على القضايا الثلاثة السابقة أنها مختلفة فى أبعادها و توجهاتها، فالأولى هى قضية اجتماعية / سياسية / أمنية، و الثانية هى قضية سياسية / عسكرية و الثالثة هى قضية ثقافية / دينية، و لعل هذا الاختلاف و التباين بين موضوعات القضايا يعطى مساحة واسعة لرصد الظاهرة - توهم المعرفة - فى مجالاتها المختلفة.

تقسيم الدراسة

يمكن عرض مدخلات الدراسة و مخرجاتها من خلال المبحثين التاليين :-

المبحث الأول: الأسس النظرية لظاهرة "توهم المعرفة" ويتضمن:-

أولاً:- ظاهرة "توهم المعرفة" : المصطلح ، المفهوم ، أسباب الحدوث.

ثانياً:- المقاربات النظرية الإعلامية المرتبطة بظاهرة "توهم المعرفة" .

ثالثاً:- الدراسات السابقة المرتبطة بظاهرة "توهم المعرفة" .

المبحث الثانى: الجانب التطبيقى للدراسة ويتضمن:-

أولاً:- الإجراءات المنهجية للدراسة .

ثانياً:- نتائج الدراسة .

المبحث الثالث

الانسان النظرية لظاهرة "توهم المعرفة"

أولاً: "ظاهرة توهم المعرفة": المصطلح، المفهوم، أسباب الحدوث:

(١) المصطلح

على الرغم من شيوع مصطلح Pluralistic Ignorance وكثرة استخدامه في الدراسات النفسية الاجتماعية وفي دراسات الرأي العام فإن هناك اتفاقاً بين عدد كبير من الباحثين على عدم ملاءمته^(١) وعدم دقته^(٢) واعتباره "تسمية خاطئة Misnomer" لا تعبر عن طبيعة الظاهرة ولا تكشف عن فحوى المفهوم الذي تحمله^(٣).

على أن ذلك الاتفاق لم يدفع الباحثين إلى محاولة صك "مصطلح جديد" أكثر دقة وأكثر تعبيراً عن الظاهرة، واكتفى معظمهم بمحاولة ربط المصطلح بمصطلحات أخرى تعبر عن ظواهر قد تكون شديدة الصلة بالظاهرة أو يمكن اعتبارها متضمنة فيها، ومنها "وهم العمومية Illusion of University"^(٤).

وفي اللغة العربية لا يوجد، في حدود ما اطلع عليه الباحث، ترجمة لهذا المصطلح أو مرادف موضوعي له، ومن ثم تبرز عدة اقتراحات منها: "الجهل الجمعي" وهي الترجمة الحرفية للمصطلح، وهي لا تعبر، في رأي الباحث، عن المعنى المراد به، أو "الجهل باتجاه الجماعة الحقيقي" وهي إن كانت تعبر عن مضمون الظاهرة، جزئياً، إلا إنها أقرب إلى "الوصف" وغير عملية في الاستخدام، أو "وهم المعرفة بالجماعة" وهي النظير (المقابل) الإيجابي للترجمة السابقة وهي أقرب للظاهرة من سابقتها، وأخيراً "توهم المعرفة" وهي الترجمة التي يميل إليها الباحث^(٥).

(٢) المفهوم :-

تعددت التعريفات التي قدمها الباحثون لظاهرة توهم المعرفة وإن كانت هذه التعريفات، في مجملها، أقرب إلى "التوصيف" وإلى تحديد الأعراض المرتبطة

(*) وضع الباحث عدة محكات يتم صك المصطلح العربي في ضوءها:-

- ألا يكون المصطلح العربي مجرد ترجمة حرفية للمصطلح الإنجليزي، خاصة وأن الأخير غير دقيق على ما يذهب إليه كثير من الباحثين
- ألا يكون المصطلح العربي تكراراً أو تحريفاً لفظياً لمصطلحات أخرى قائمة
- أن يكون المصطلح دالاً بذاته، قدر الإمكان، على الظاهرة.
- أن يكون قليل الكلمات، قدر الإمكان، بحيث لا يتجاوز كلمتين على الأكثر.

بالظاهرة منها إلى تحديد الأبعاد المكونة لها.

(أ) المفهوم في الدراسات النفسية الاجتماعية:

يشير جيمس فيلدز وهوارد سكومان (Fields & Schuman) (١٩٧٦) إلى أن ظاهرة "توهم المعرفة" تعكس الموقف الذي يظهر فيه الأفراد وكأنهم يعيشون ويتعاملون في واقع (عالم) اجتماعي مزيف False Social World أو على الأقل مختلف عما يمكن للباحث "الموضوعي" أن يلاحظه^(٩).

ويرى هوبرت اوجورمان (O'Gorman) (١٩٨٦) -وهو من أكثر المدافعين عن المدخل الاجتماعي Social Approach في دراسة الظاهرة- أن "توهم المعرفة" يعني اشتراك الأفراد في أفكار زائفة (خاطئة) Shared False Ideas عن مشاعر وأفكار وسلوكيات الآخرين^(١٠).

ويرى ديل ميلر وكاتى ماكفارلاند (Miller & Macfarland) (١٩٨٧) أن "توهم المعرفة" يحدث عندما يعتقد الأفراد أن السلوك العلني المتطابق للفرد وللآخرين لا ينتج من حالة شعورية واحدة وإنما ينتج من حالات داخلية مختلفة Different Internal States، فالفرد قد يعتقد أن "الخوف من الإحراج Fear of Embarrassment" قد يكون سبباً كافياً للقيام بسلوك معين لديه في حين لا يعتقد أن يكون لهذا الخوف تأثيره على سلوك الآخرين^(١١).

الفكرة ذاتها أكدت عليها دراسة لاحقة للباحثين نفسيهما (١٩٩١)^(١٢) ودراسة أخرى لديل ميلر وديبورا برينتش (Miller & Prentice) (١٩٩٤) إذ ذهبوا إلى أن الظاهرة تحدث عندما يشترك أفراد الجماعة في مدركات خاطئة عن الدافعية Human Motivation تقودهم إلى الاعتقاد في أن تأثير الدوافع على سلوكهم يختلف ويتباين عن تأثيره على سلوك الآخرين^(١٣).

وترى كولين سميث (Smith) (١٩٩٥) أنه يمكن تعريف "توهم المعرفة" على أنه

(*) على سبيل المثال: الطالب الذي لا يفهم شيئاً معيئاً في المحاضرة قد يتردد في سؤال المحاضر لأنه لا يريد أن يجرح نفسه أو أن يظهر بمظهر الغبي أمام الآخرين Making a fool of oneself in public، وهذا الخوف من الإحراج يقدره الطالب عند نفسه ويعظم تأثيره عليه في الوقت الذي يقلل من تأثيره على الآخرين.

نظريات الرأي العام الفصل الثاني

نوع من الإسقاط الاجتماعي **Type of social projection** يحدث عندما يدرك كل فرد في الجماعة، بطريقة خاطئة، أن هناك لاختلافاً بينه وبين بقية أعضاء الجماعة المناظرين له، الأمر الذي يمكن أن ينتج عنه الشعور بالعزلة والانحراف والجنوح والاعترا ب^(١٤).

و يشير ديورا برينتس ودليل ميللر Prentice & Miller (١٩٩٦) إلى أن "توهم المعرفة" تصف الموقف الذي يفترض فيه أو يتخيل أن كل فرد في جماعة أو مجتمع ما يرفض بشكل شخصي اعتقاداً أو رأياً أو سلوكاً معيناً في الوقت الذي يعتقد فيه ويفترض أن الآخرين يقبلون، بشكل شخصي، هذا الاعتقاد أو الرأي أو السلوك وتبدأ ظاهرة "توهم المعرفة"، من وجهة نظرهما، عندما يحدث تعارض Discrepancy بين السلوك العلني للفرد والرأي الشخصي له، إذ يعتقد الفرد أن سلوكه العلني قد يكون مختلفاً عن شعوره أو رأيه الحقيقي، ولكنه لا يفترض وجود الاختلاف والتباين عند الآخرين، بل على العكس، فهو يعتقد أن سلوك الآخرين العلني يتفق ويعكس بدقة الطريقة التي يفكرون بها ويشعرون^(١٥).

وأخيراً يرى يوشى تاكا فوكوي Yoshitaka Fukui (٢٠٠١) أن "توهم المعرفة" هو حالة نفسية يعتقد فيها الفرد أن أفكاره ومشاعره واتجاهاته الشخصية مختلفة عن أفكار ومشاعر واتجاهات الآخرين، في الوقت الذي يكون سلوكه العلني متطابقاً مع السلوك العلني للآخرين^(١٦).

(ب) المفهوم في دراسات الرأي العام:

يشير جاكوب شامير ومايكل شامير Shamir & Shamir (١٩٩٧) إلى أن ظاهرة توهم المعرفة تظهر في دراسات الرأي العام في مصطلحات مثل "القراءة الخاطئة لموقف الأغلبية" حيث يكون التركيز على الإطار الشكلي (الظاهري Modal) للرأي وليس على توزيعه الحقيقي، ولعل الحالة الأكثر تطرفاً لهذه الظاهرة هي تلك التي يدرك فيها الأفراد موقف الأقلية إزاء قضية ما إدراكاً خاطئاً وكأنهم الأغلبية، أو العكس، كأن يدرك الأفراد رأي الأغلبية وكأنه رأي الأقلية^(١٧).

وترى آن ماري ماجور Major (١٩٩٧) أنه يمكن اعتبار "توهم المعرفة" مقياساً

الفصل الثاني نظريات الرأي العام

لمدى دقة الفرد في أثناء قيامه بعملية مراقبة البيئة المتعلقة بمناخ الرأي العام حول قضية معينة^(١٨)، ويقاس، عادةً، بمقارنة نسبة الأفراد الذين يحملون رأي الأغلبية مع نسبة الأفراد الذين يدركون، بدقة، رأي الأغلبية، وكلما زادت النسبة بين الفريقين زادت درجة توهّم المعرفة^(١٩).

ويميز تشارلز كورتى Korte (١٩٧٢) بين نوعين (مستويين) من " توهّم المعرفة":-

توهّم المعرفة المطلق: Absolute وهو الحالة التي يتم فيها إدراك الأغلبية والنظر إليها على أنها أقلية، أو العكس: إدراك الأقلية والنظر إليها على أنها الأغلبية.

توهّم المعرفة النسبي: Relative وهو الحالة التي يتم فيها المبالغة في تقدير موقف الأغلبية والأقلية زيادةً ونقصاناً، إيجاباً وسلباً^(٢٠).

(٣) أسباب حدوث " توهّم المعرفة ":

قدم الباحثون تفسيرات مختلفة لحدوث " توهّم المعرفة " واختلقت هذه التفسيرات باختلاف الإطار المرجعي لهؤلاء الباحثين.

فمن وجهة نظر جاكوب شامير ومايكل شامير Shamir & Shamir (١٩٩٧) يوجد تفسيران:- نفسي واجتماعي لظاهرة " توهّم المعرفة ": فمن المنظور النفسي يرجع " توهّم المعرفة " إلى أن الأفراد لا يقومون بمعالجة المعلومات التي تصلهم بطريقة مثالية بسبب قصور في العمليات المعرفية واستجابة لما يسمى " بالتحيزات الخادمة للذات Self-Serving Biases ". ومن المنظور الاجتماعي ترجع الظاهرة إلى أن الأفراد يستقبلون رسائل خاطئة Error-Prone Messages من البيئة، وتؤدي المفاتيح Cues غير الدقيقة والمعلومات الخاطئة إلى مؤشرات غير صادقة وغير صحيحة عن الرأي العام وهذه كلها تؤدي إلى حدوث " توهّم المعرفة "^(٢١).

ويرى يوشى فوكوي Fukui (٢٠٠١) أنه يمكن إرجاع " توهّم المعرفة " إلى عاملين:-

- وهم الشفافية أو الوضوح: Illusion of Transparency حيث يعتقد كثير من الأفراد أن لديهم القدرة على معرفة اتجاهات الآخرين بسهولة وعلى معرفة دوافعهم

ومحركات سلوكهم.

- الميل الثقافى لدى الأفراد للتقليل من قوة تأثير الدوافع الاجتماعية على سلوكهم - A cultural propensity to underestimate of social motives to influence behavior. فمن وجهة نظر فوكوى يبنى الأفراد توقعاتهم عن دوافع الآخرين وفقاً لمعتقداتهم الثقافية المشتركة حول طريقة توزيع وتقديم الدوافع المختلفة، وهذه الطريقة تدفع الأفراد إلى المبالغة فى تقدير المدى الذى يعمل فيه الآخرون وفقاً لأهوائهم الشخصية، وإلى تقليل المدى الذى يعملون فيه للحفاظ على العلاقات مع جماعات الرفاق والعمل على حفظ وتماسك الهوية الاجتماعية^(٢٢).

و يرى وارين بريد وتوماس كيتسلنيس Breed & Ktsanes أن هناك ارتباطاً بين " توهم المعرفة " و" التحيز فى الاتجاهات Attitudinal Bias "، فكلما كان الفرد متحيزاً فى اتجاهاته زادت درجة " توهم المعرفة " لديه، ويذهب أيضاً إلى أن " توهم المعرفة " يوجد فى الجماعات الكبيرة التى لا يوجد بها اتصال داخلى مباشر^(٢٣).

وسائل الإعلام كأحد أسباب حدوث " توهم المعرفة ":

تؤكد إليزابيث نويل نيومان Noelle-Neumann (١٩٩١) على الدور الذى تقوم به وسائل الإعلام فى خلق ظاهرة " توهم المعرفة " فمن وجهة نظرها أن الاتجاهات والميول السياسية للإعلاميين، والتى هى عادة، إما ليبرالية أو يسارية، يتم عكسها فى وسائل الإعلام، وهذه تشكل مناخاً لا يكشف عن التوزيع الحقيقى للرأى فى المجتمع Mold a climate that doesn't reveal the actual distribution of opinion in society^(٢٤).

وجهة النظر ذاتها سبق أن أشار إليها الباحثون أصحاب التوجه النقدى فى دراسة وسائل الإعلام Critical Approach to the Media ومنهم بيتر جولدنج Golding (١٩٨١)^(٢٥)، وستوارت هال Hall (١٩٨٢)^(٢٦)، فمن وجهة نظرهما أن هناك تحيزات تحدث بصفة منتظمة Systematic Biases فى وسائل الإعلام، وهذه التحيزات مبعثها الحدود واللوائح الروتينية للمنظمة Organizational Constraints and Routines وكذلك الممارسات الوظيفية للإعلاميين، وهذه العوامل تؤدى دوراً ثانياً:-

فمن ناحية: تعمل وسائل الإعلام على دعم وترسيخ النظام الاجتماعي القائم والأعراف الاجتماعية الأساسية.

ومن ناحية أخرى: تبالغ وسائل الإعلام فى تقديم وإبراز ما هو خارج عن العرف (مثل الأحداث والجماعات ووجهات النظر التى تكون غير متوقعة، متطرفة، مثيرة للغضب...) وعلى سبيل المثال، فإن تركيز وسائل الإعلام على نشاط بارز " لجماعة أقلية " والمبالغة فى تغطية هذا النشاط قد يؤدى إلى تكوين مدركات متحيزة لدى الأفراد، وعندما لا تكون اتجاهات الأفراد متبلورة تبلوراً كاملاً فإن هذه المفاتيح Cues التى تقدمها وسائل الإعلام تصبح الأساس الذى تبنى عليه التوقعات الخاطئة التى تؤدى إلى حدوث " توهم المعرفة " (٢٧).

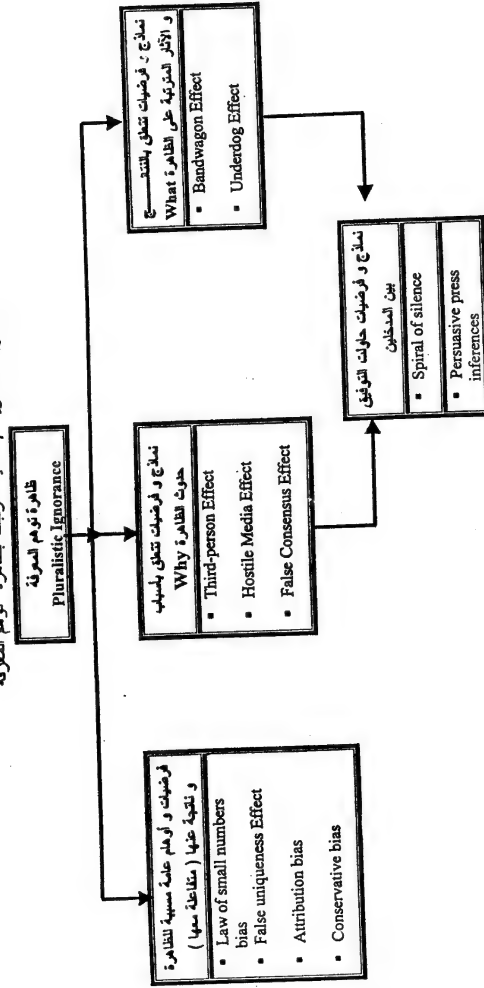
على أن دور وسائل الإعلام لا يكون قاصراً، فقط، على إحداث هذه الظاهرة وعلى تعميق وجودها فى المجتمع، فمن وجهة نظر كاتز Katz (١٩٩٥) أن وسائل الإعلام يمكن أن تلعب دوراً تنويرياً Enlightening عندما تكشف عن التوزيع الحقيقى للرأى فى المجتمع وأنها يمكن أن تكون عاملاً على كسر حدة ظهور "توهم المعرفة" فى المجتمع أو على الأقل تثبيت الحالة للراهنة للظاهرة (٢٨).

معنى ذلك، أن وسائل الإعلام يمكن أن تكون عاملاً على تعميق وجود الظاهرة فى المجتمع عندما لا تعكس الواقع بدقة وعندما تقدم معلومات مشوهة، وقد تكون عاملاً على كسر حدة ظهور الظاهرة وتلاشيها عندما تقوم بدورها التنويري، وقد تصبح عاملاً لتثبيت الظاهرة عندما تختلط فيها المعلومات الدقيقة والمعلومات المشوهة.

ثانياً: المقاربات النظرية الإعلامية المرتبطة بظاهرة "توهم المعرفة":

من استقراء التراث العلمى المتعلق بظاهرة "توهم المعرفة" يمكن تصور العلاقة بين المقاربات والفرضيات الإعلامية المتعلقة بالظاهرة فى الشكل التالى:

شكل رقم (١)
المقاربات النظرية الإعلانية المرتبطة بظاهرة توهيم الصورة •



ويمكن الإشارة إلى هذه المقاربات على النحو التالي:-

(١) المقاربات والنماذج والفرضيات المفسرة لكيفية حدوث الظاهرة:

أ- نظرية تأثيرية الآخرين : Third Person Effect

تعود جذور نظرية تأثيرية الآخرين إلى عالم الاجتماع الألماني فيليب دافيسون Davison (١٩٨٣)^(٢٩)، وينظر بعض الباحثين إلى هذه النظرية باعتبارها "منظوراً مبتكراً وجديداً في دراسة الراى العام"^(٣٠)، كما يشير البعض إلى كون فروضها "جذابة جداً"^(٣١) وإلى كونها "مدخلاً رئيساً لقياس تأثيرات وسائل الإعلام"^(٣٢).

وينص الفرض الأساس الأول لهذه النظرية على أن "الأفراد يبالغون فى تقييم تأثير وسائل الإعلام على اتجاهات وسلوك الأفراد الآخرين، بحيث يعتقدون أن التأثير الأكبر لوسائل الإعلام لن يكون على (الشخص الأول) ولا عليك (الشخص الثانى) وإنما عليهم (الأشخاص الآخرين)"^(٣٣). لما الفرض الأساس الثانى فيشير إلى أن الأفراد، نتيجة لهذا الموقف الإدراكى، سوف يتخذون موقفاً ويقومون بفعل من شأنه حماية الآخرين من التأثيرات الناتجة عن التعرض لوسائل الإعلام^(٣٤).

ب- فرضية الاتفاق (الإجماع) الزائف : False Consensus Effect

توجد مصطلحات أخرى متعددة تشير إلى هذه الفرضية منها "فرضية الارتباط الوهمى (الخداع) Illusion Correlation"، و"فرضية التحيز الناتج عن مركزية الأنا Ego-Centric Bias"، و"فرضية الإسقاط الذاتى Disowning Projection"، و"فرضية الإدراك الانعكاسى (المرأى) Looking - Glass Perception"^(٣٥)، وكلها تعبر عن ميل الأفراد إلى المبالغة فى تقدير الدعم والمؤازرة لسلوكهم ولقيمهم واتجاهاتهم، فالفرد يشعر أن الموقف الذى يتخذه يحظى بتأييد أكبر من الآخرين مقارنة بالموقف المعارض، والأفراد الذين يمثلون الأقلية فى موضوع ما قد يبالغون فى تقدير نسبة من يشاركهم الراى إلى حد الاعتقاد فى كونهم الأغلبية^(٣٦). ويذهب بعض الباحثين إلى أن الأفراد يبالغون فى تقدير اتفاق الآخرين معهم بهدف الشعور بالدعم الاجتماعى لموقفهم الأمر الذى يؤدى إلى دعم شعورهم بذواتهم enhance Self-Esteem^(٣٧).

ج- فرضية النظرة العدائية تجاه وسائل الإعلام : Hostile Media Effect

و تشير هذه الفرضية إلى أن الأفراد يميلون إلى النظر إلى تغطية وسائل الإعلام للقضايا الخلافية على أنها مضادة لوجهة نظرهم، فالأفراد المنحازون إلى رأى معين يجدون أن التغطية الإعلامية، مهما كانت درجة حيادها، متحيزة ومتعارضة مع وجهة نظرهم، ويعتقدون أن هذه التغطية سيكون لها تأثير ملحوظ على آراء الآخرين^(٣٨).

ففى دراسة أجراها روبرت فالسون، ولى روس، ومارك ليبير ، Vallan Ross & Lepper (١٩٨٥) عرض الباحثون شريط فيديو عليه تغطية إخبارية محلية للصراع فى الشرق الأوسط وذلك على مجموعتين من الطلاب الفلسطينيين والإسرائيليين، وأظهرت الدراسة أن كل مجموعة قد رأت أن التغطية الإعلامية متحيزة للطرف الآخر^(٣٩).

(٢) فرضيات تتعلق بالنتائج المترتبة على الظاهرة :

أ- الانسياق وراء رأى الأغلبية : Bandwagon Effect

و يحدث هذا التأثير عندما يبدأ الأفراد فى محاربة ومناصرة الجانب الذى يعتقدون أنه سيكون الجانب الفائز (المنتصر) فى قضية ما وذلك للاستفادة من المكافآت الاجتماعية Social Rewards الناتجة عن الوقوف بجانب المنتصر^(٤٠).

ب- التحول عن رأى الأغلبية ومناصرة رأى الأقلية (مناصرة الخاسر) Underdog Effect :

وهذه الفرضية مناقضة لمسايقها، حيث تشير إلى أن معرفة الأفراد باتجاه الرأى العام نحو قضية معينة يشجعهم على التفكير فى البراهين والحجج التى تصاحب الاتجاه السائد، وهذا التفكير قد يدفع الأفراد إلى اتخاذ الموقف النقيض لهذا الاتجاه، وقد يحدث ذلك بسبب تعاطف الأفراد مع الطرف الخاسر (اتجاه الأقلية) وإحساسهم بسوء حظ هذا الطرف^(٤١).

(٣) مقاربات نظرية حاولت الجمع بين الأسباب والنتائج :

أ- نموذج لتوقعات (الاستنتاجات) المستمدة من وسائل الإعلام *Persuasive*

Press Inferences:

يشير هذا النموذج إلى أنه في القضايا التي تحظى باهتمام عام يتجه الأفراد نحو وسائل الإعلام ويكونون من خلالها بعض الانطباعات عن هذه القضايا، ثم، في خطوة لاحقة، يستنتج الأفراد ويشيرون إلى أن تغطية وسائل الإعلام غير مشابهة للطريقة التي أدركوا بها الحدث (القضية) وذلك لأن هذه التغطية مشوهة *Slant*، ولأن الأفراد يفترضون أن الآخرين سيتعرضون لهذه التغطية (قانون الأعداد الصغيرة) وأنهم سيتأثرون بها أكثر منهم (نظرية تأثيرية الآخرين) لذا فإن مدركات الآخرين عن الحدث ستكون مشابهة ومتوافقة مع إطارها المتحيز *Biased* المقدمة به في وسائل الإعلام^(٤١).

ب- نظرية دوامة الصمت *Spiral of Silence*:

يقوم الفرض الرئيسي للنظرية على أن الأفراد نتيجة خوفهم من العزلة الاجتماعية فإنهم يلتزمون للتعرف على مناخ الرأي العام في محاولة للتوحد معه، وفي حالة اختلاف توجهات الرأي العام عن توجهاتهم فإنهم، عادة، ما يخفون وجهة نظرهم ويؤثرون الصمت خوفاً من فرض العزلة الاجتماعية عليهم^(٤٢).

وتشير إليزابيث نويل-نيومان *Noelle-Neumann* (١٩٩١) إلى أن الفرضية السابقة تقوم على خمسة افتراضات فرعية:-

- المجتمع يهدد الأفراد المنحرفين عن سياقه العام *Deviants* بالعزلة.
- الأفراد يعيشون شعور الخوف من العزلة باستمرار.
- الشعور بالعزلة يجعل الأفراد يلتزمون، ويقسمون، مناخ الرأي العام في كل الأوقات.
- تؤثر نتيجة هذا التقويم على السلوك العلني للأفراد، خاصة عندما يُطلب منهم إعلان رأيهم بشأن قضية جدلية.
- تعتبر العمليات الأربعة السابقة مسئولة عن تشكيل الرأي العام وعن تغييره^(٤٣).

(٤) فرضيات وأوهام عامة مسببة للظاهرة ونتيجة عنها (متفاعلة معها):

أ- التحيز المبني على قانون الأعداد القليلة Law of small numbers Bias:

تشير هذه الفرضية إلى أن الأفراد لديهم الرغبة فى وضع استنتاجات وأحكام قوية بناءً على كميات قليلة وغير كافية من البيانات، فمثلاً قد يعتقد الأفراد أن ما يتعرضون له من أخبار هو نفس ما يتعرض له الآخرون، ووفقاً لهذا القانون فإن الأفراد قد يكونون أحكاماً عن القضية العامة The General Case بناءً على خبراتهم الذاتية، حتى ولو كانت هذه الخبرة قاصرة أو محدودة^(٤٥).

ب- التحيز المبني على خطأ النسبة (التصنيف) Attribution Bias:

و يسمى أيضاً Actor - observer Bias، ويشير إلى أن الأفراد يميلون إلى إدراك الآخرين باعتبارهم يتصرفون وفقاً لخصائص مزاجية Dispositional Attributions أما تصرفات الأفراد أنفسهم فتأتى استجابة لخصائص موقفية Situational Attributions (أنا أشرب الخمر لأن الخمر مهدئ، هم يشربون الخمر لأنهم يحبون طعمه)، (أنا أعش فى الامتحان لأن الظروف تضطرنى لذلك، هم يفشلون لأنهم مخادعون)^(٤٦).

ج- تأثير الشعور بالتفرد الزائف False Uniqueness Effect:

ويعنى الميل إلى المبالغة فى إدراك وتقدير درجة الاختلاف وعدم التشابه بين الأنا والآخرين، وذلك بسبب حاجة الأنا إلى الشعور بالتفوق Superiority والتفرد Uniqueness^(٤٧).

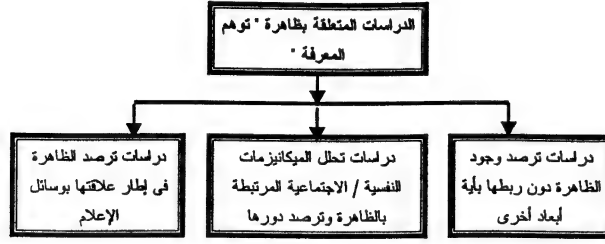
د- وهم تحفظ الآخرين Conservative Bias:

و يعنى ميل الأفراد إلى رؤية أنفسهم أكثر تحزراً وإلى رؤية الآخرين أكثر تحفظاً ومحافظةً وذلك عندما يعلنون آراءهم^(٤٨).

ثالثاً: الدراسات السابقة المرتبطة بظاهرة "توهم المعرفة":

يمكن تقسيم الدراسات المتعلقة بظاهرة "توهم المعرفة" إلى ثلاث مجموعات وذلك على النحو التالى:-

شكل رقم (٢)



١- الدراسات التي ترصد وجود الظاهرة:

(أ) دراسة وارين بريد وتوماس كيتسانيس Breed & Ktsanes (١٩٦١): وتتعلق بقضية التمييز والتميز والفرقة العنصرية Segregation ضد الزواج، تم تطبيقها على عينة من المسيحيين البروتستانت (ن = ٢٢٤) وتم ملء البيانات بردياً. وخلصت إلى أنه عندما يتبلور الرأي العام في نظام اجتماعي معين تقل درجة "توهم المعرفة" لدى أفراد هذا النظام، ويميل الرأي العام إلى أن يصبح متحفظاً^(١١).

(ب) دراسة دانيال آيزنبرج Isenberg (١٩٨٠): عن مستويات تحليل ظاهرة "توهم المعرفة" Levels of Analysis of Pluralistic Ignorance Phenomenon "وتم تطبيقها على عينة من الطلاب الأمريكيين والإسرائيليين (ن = ٢٢٣) وخلصت إلى أن ظاهرة "توهم المعرفة" تختلف باختلاف السياق الثقافي الذي تنشأ فيه الظاهرة، وفيها قد ترجع إلى بعض التحيزات والأخطاء المعرفية Certain Cognitive Biases^(١٢).

(ج) دراسة جين كارول جلين Carroll Glynn (١٩٨٣): وتهدف إلى تحليل معتقدات الأفراد عن الآراء التي يحملها الآخرون في نفس الجماعة، وتم تطبيقها على عينة من البالغين في مدينتي ماديسون ويسكنسن Madison & Wisconsin (ن = ٢٩٧) وخلصت إلى وجود ظاهرة "توهم المعرفة" لدى عينة الدراسة، وأشارت إلى أن الاختلاف بين رأي الفرد Stated Opinion ومدرسته عن آراء

الآخرين Perceptions of other's opinions يختلف من شخص لأخر ومن قضية لأخرى^(٥١).

(د) دراسة ويندى ويلتس Willits (١٩٨٦): وتهدف إلى التعرف على مدى وجود ظاهرة "توهم المعرفة" في مدرّكات الأفراد عن قضية الصراع بين الأباء والأبناء Parent-Youth conflict، وتم تطبيقها على عينة من طلاب جامعة بنسلفانيا، وكشفت عن وجود للظاهرة لدى الطلاب فيما يتعلق بهذه القضية حيث يرى الطلاب أن الآخرين يعانون من قدر كبير من الصراع مع الأباء أكثر مما يعتقدون أنهم يعانونه مع أسرهم^(٥٢).

(هـ) دراسة ديل ميلر وكاتى ماكفرلاند Miller & Mcfarland (١٩٨٧):

و خلصت إلى أن الأفراد يعتقدون أن لديهم من الخصائص الكافية للحكم الصحيح على الأشياء أكثر مما يمتلكه الآخرون، وأنهم يعتقدون أن الخوف من الإحراج يؤثر على سلوكهم أكثر مما يؤثر على سلوك الآخرون^(٥٣).

(و) دراسة آن مارى ماجور وألروين أتوود Major & Atwood (١٩٨٨): وهى عن ظاهرة "توهم المعرفة" في مجال القضايا السياسية وتم تطبيقها على عينة من سكان هونج كونج (ن= ٦٢٤)، حيث تم سؤالهم عن معتقداتهم بشأن الاتفاقية الموقعة بين بريطانيا والصين بشأن عودة هونج كونج إلى السيادة الصينية بحلول عام ١٩٩٧ وخلصت الدراسة إلى وجود ظاهرة توهم المعرفة فيما يتعلق بهذه القضية^(٥٤).

(ز) دراسة ديبورا برنتيش وديل ميلر Prentice & Miller (١٩٩٣): وتهدف إلى رصد وجود الظاهرة فيما يتعلق بتعاطى المواد الكحولية في الحرم الجامعي، وتم تطبيقها على عينة من الطلاب في الجامعات الأمريكية، وخلصت إلى وجود الظاهرة، حيث أشار الطلاب إلى أنهم أقل ارتياحاً more uncomfortable مع سلوكيات تعاطى المواد الكحولية في الجامعة مقارنة بالطلاب الآخرين^(٥٥).

(ح) وفي دراسة أخرى للباحثين نفسيهما (١٩٩٣): خلص الباحثان إلى أن ظاهرة "توهم المعرفة" ترجع إلى المدرّكات الخاطئة التي يكونها الأفراد عن لتأثير

النسبي للدوافع الإنسانية على تصرفاتهم وعلى تصرفات الآخرين وأن هذه المدركات الخاطئة تؤدي إلى الشعور للزائف بالاختلاف لدى الأفراد (٥٦) Illusory Feelings of deviance.

(ط) دراسة آن ماري ماجور Major (١٩٩٧): وتم تطبيقها على عينة من سكان منطقة New Madrid Seismic في الولايات المتحدة (ن-٦٢٩) وذلك عن معتقدات السكان بشأن زلزال من المتوقع حدوثه في وسط الولايات المتحدة، وأظهرت الدراسة أن هناك وجوداً للظاهرة فيما يتعلق بهذا الموضوع، وأن قوة وجود الظاهرة يحكمها عاملان: الأول هو مدى اعتقاد الأفراد في حدوث الزلزال Believability والثاني هو إدراك الأفراد لمدى أهمية الحدث (قوة الزلزال) Importance (٥٧).

(ي) دراسة جاكوب شامير ومايكل شامير Shamir & Shamir (١٩٩٧): وتهدف إلى اختبار وجود الظاهرة في عدد من المجالات السياسية والدينية والثقافية وذلك بالتطبيق على ٢٤ قضية تشغل الرأي العام الإسرائيلي (على سبيل المثال: قضايا متعلقة بالصراع العربي - الإسرائيلي مثل الأرض مقابل السلام، التفاوض مع منظمة التحرير، إرجاع الجولان إلى سوريا، وقضايا دينية مثل لعب كرة القدم يوم السبت...) وبلغ حجم العينة ٨٠٨ إسرائيلي، وخلصت الدراسة إلى أن قلة المعلومات حول قضية ما يقلل من درجة وضوحها (بروزها) Visibility ومن ثم يحدث بشأنها "توهم المعرفة" وهو ما حدث في القضايا موضع الدراسة (٥٨).

(ك) دراسة أنيجو أو جارتى وآخرين Ugarte (١٩٩٨): وتم تطبيقها على ١١٨ إسبانياً تتراوح أعمارهم بين ١٤-٥٦ عاماً وذلك حول اتجاهاتهم الشخصية ومعتقداتهم عن اتجاهات الآخرين فيما يتعلق بالغجر Gypsies في إقليم الباسك بأسبانيا. وخلصت الدراسة إلى وجود الظاهرة فيما يتعلق بهذه القضية حيث يرى أفراد العينة أنهم أكثر تسامحاً مع الغجر مقارنة بالآخرين (٥٩).

(ل) دراسة أندرو هاييس وآخرين Hayes (٢٠٠١): وتم تطبيقها على مرحلتين الأولى (ن-١٧٨) والثانية (ن-٥٧) وذلك على قضايا مثل اتجاهات الأفراد نحو السماح بالإجهاض في الشهور الأولى للحمل، تحليل الدم لاكتشاف الإيدز

والكبد الربائي قبل الالتحاق بالجامعة، وضع قيود على بعض المضامين على شبكة الإنترنت، وخلصت الدراسة في مرحلتها إلى وجود الظاهرة في مثل هذه القضايا^(١٠).

٢- الدراسات التي تحلل الميكانزمات النفسية / الاجتماعية المرتبطة بالظاهرة:

(أ) دراسة ليندا بيرلوف وفيليب بريكمان Perloff & Brickman (١٩٨٢) :

وأخضعت للتحليل بعض التحيزات والأخطاء الإدراكية التي تؤدي إلى إدراك التشابه Biases of perceptions of similarity ومنها:

- وهم الإجماع (الاتفاق) الزائف False consensus
- وهم التفرد False uniqueness

وخلصت الدراسة إلى وجود ارتباط بين هذه الميكانزمات والعمليات النفسية من ناحية وظاهرة توهم المعرفة من ناحية أخرى^(١١).

(ب) دراسة جارت تايلور Taylor (١٩٨٢): وهدفت إلى رصد وتحليل العلاقة بين ظاهرة "توهم المعرفة" و"دوامة الصمت"، وتم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ٥٠٠ مفردة تم سؤالهم عن توزيع الرأي العام بشأن ثلاث قضايا بيئية، وخلصت الدراسة إلى أن هناك تفاعلاً بين الظاهرتين "توهم المعرفة"، "دوامة الصمت"^(١٢).

(ج) دراسة ياسين لاشين (١٩٨٤): وهدفت إلى التوصل إلى نظرية متكاملة للرأي العام وذلك باختبار فروض نظرية دوامة الصمت والافتراضات المتعلقة بتوهم المعرفة، وهم الاتفاق الزائف وذلك على عينة مكونة من ٣٩١ مفردة، وخلصت الدراسة إلى أن عملية تكوين الرأي العام ليست بالبساطة التي تقدمها نظرية دوامة الصمت وأن هناك متغيرات عديدة تتفاعل مع بعضها لتشكل الرأي العام، وأن النظرية لا تثبت في كل القضايا تحت كل الظروف^(١٣).

(د) دراسة برين مولين وآخرين Mullen (١٩٨٥): وهي دراسة تحليلية من المستوى الثاني Meta analysis لـ ١١٥ اختباراً لفروض تم إجراؤها على فكرة "الإجماع (الاتفاق) الزائف"، وخلصت الدراسة إلى وجود دلالة إحصائية

مرتفعة لوجود الفكرة، وأن هناك تجانساً وتانسفاً بين النتائج لاسيما فى علاقتها بتوهم المعرفة^(١٤).

(هـ) دراسة كلرول جليسن وروئالد اوستمان Glynn & Ostman (١٩٨٨): وأخضعت للتحليل الافتراضات المتعلقة بالتأثيرات غير الشخصية Impersonal Impact Hypotheses وتأثيرية الآخرين Third Person Effect، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٢٨٥ مفردة، وخلصت إلى أن هناك اعتقاداً لدى الأفراد بأن الآخرين أكثر عرضة للتأثير مقارنةً بهم وأكثر عرضة للانسياق وراء الراى العام منهم^(١٥).

(و) دراسة اوارد كيوليتى Qulity (١٩٩٠) تو هفت إلى ربط ظاهرة تعاطى المواد الكحولية ببعض الأبعاد النفسية والاجتماعية مثل الشعور بالعجز Helplessness، واختبرت علاقة "توهم المعرفة" بهم "التفرد الزائف False Uniqueness"، وأشارت النتائج إلى أن الأفراد ينسبون لأنفسهم دوافع لتعاطى المواد الكحولية لا ينسبون لها للآخرين وذلك بسبب شعورهم بالتفرد^(١٦).

(ز) دراسة تلمارا كاي بالدوين Baldwin (١٩٩١) تو أخضعت للتحليل الفروض المتعلقة بـ "تأثيرية الآخرين" و"الإجماع (الاتفاق) الزائف" وخلصت إلى أن ٦٠ % من عينة الدراسة لديهم وهم الإجماع للزائف، وأنهم يشعرون أن الآخرين أكثر قابلية للتأثير مقارنةً بهم، وبصفة عامة فإن هناك علاقة بين "توهم المعرفة" و"تأثيرية الآخرين" و"الإجماع الزائف"^(١٧).

(ح) دراسة جاكوب شامير Shamir (١٩٩٣) تو اختبرت ظاهرة "توهم المعرفة" فى علاقتها بهم "الإجماع الزائف" والميل إلى المحافظة Conservative Bias فى مقابل الميل إلى التحرر Liberal Bias، وخلصت الدراسة إلى أن ظاهرة "توهم المعرفة" لا توجد فى كل القضايا، وأن هناك العديد من الميكانزمات النفسية / الاجتماعية التى تعمل مستقلة عن الظاهرة^(١٨).

٢- الدراسات التي ترصد الظاهرة في إطار علاقتها بوسائل الإعلام:

(أ) دراسة يونج سون بارك Park (١٩٨٥) : يهدف إلى اختبار دور المتغيرات الاتصالية في تكوين العلاقة بين " رأى الفرد للشخصي " وإدراكه عن رأى الأغلبية حول قضية معينة، كما تهدف إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تكوين الآراء الدقيقة لدى الأفراد، وخلصت الدراسة إلى أن طبيعة العلاقة بين إدراك الرأي الشخصي وإدراك رأى الآخرين تتوقف على عوامل مختلفة منها طبيعة القضية، مدة التغطية الإعلامية للقضية، طريقة معالجة وسائل الإعلام للقضية^(٦٩).

(ب) دراسة وليام إيغلاند وآخرين Eveland (١٩٩٥) : يهدف إلى قياس اتجاهات الجمهور نحو حرب الخليج الثانية ودور وسائل الإعلام في تكوين هذه الاتجاهات، وتم تطبيق الدراسة على عينة من سكان New Castle County (ن - ٢٩٢)، وخلصت إلى أن مدركات الجمهور والرأي العام عن حرب الخليج لم تكن دقيقة وكانت متحيزة تجاه تأييد الحوب، وأن التغطية الإخبارية للحرب قد أثرت على مدركات الرأي العام تجاهها وتسببت التغطية في ظهور " توهم المعرفة " إذ كان إدراك الأفراد لمدى تأييد الآخرين للحرب أكبر مما كان موجوداً في الواقع^(٧٠).

(ج) دراسة آن سوك كيم Kim (١٩٩٦) : يهدف إلى قياس تأثير السلوك الاتصالي Communication Behavior للفرد وتأثير وسائل الإعلام على اتجاهات الأفراد نحو بعض القضايا البيئية، وأشارت إلى أن المبحوثين الذين أدركوا بدقة آراء الآخرين واعتبروها مطابقة لآرائهم " Looking-glass majority consensus " كانوا أقل احتمالاً لمشاهدة للتلفزيون واستماعاً للراديو فيما يتعلق بالمواد البيئية، ولكنهم كانوا أكثر استخداماً للاتصال الشخصي، ولم تثبت الدراسة الفرض القائل أن المبحوثين الذين قدروا بصورة غير دقيقة أهمية القضايا البيئية بالنسبة للآخرين أشاروا إلى أن لوسائل الإعلام تأثيراً كبيراً على الآخرين مقارنة بهم^(٧١).

- (د) دراسة ألبرت جانتز Gunther (١٩٩٨) : يهدف إلى اختبار نموذج " الاستنتاجات المستمدة من وسائل الإعلام The Persuasive Press Influences "، وخلصت إلى صحة الفرض القائل بأن الأفراد يميلون إلى تقدير اتجاهات الرأي العام بناء على قراءتهم لاتجاهات التغطية الإعلامية وأن هذه القراءة تؤثر على اتجاهاتهم الشخصية، وتشير الدراسة إلى أنه على الرغم من احتمالية أن يعتمد الأفراد في بناء أحكامهم عن توجهات الرأي العام على مصادر عدة، فإن وسائل الإعلام لها دور كبير في معظم الحالات التي تمت دراستها^(٧٢).
- (هـ) دراسة ألبرت جانتز وستيلا تشيايه Gunther & Chia (٢٠٠١): وتهدف إلى اختبار فرضية " التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام Hostile Media وتأثيرها على ظاهرة توهم المعرفة"، وذلك بالتطبيق على قضية خلافة وهي استخدام الحيوانات الأولية Primates في التجارب المعملية، وافترض الباحثان أن الأفراد على جانبي القضية سوف يجدون أن التغطية الإخبارية غير متوافقة نسبياً مع وجهة نظرهم، وبسبب إدراك تحيز الوسائل الإعلامية Media Slant فإن الأفراد سيتجهون إلى تكوين اتجاهات عكسية، وقد أثبتت نتائج الدراسة هذا الفرض^(٧٣).

المبحث الرابع
الجانب التطبيقي للدراسة

أولاً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

*** فروض الدراسة:**

تقوم الدراسة على اختبار ستة فروض هي:

(١) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة تأييد (أو معارضة) الفرد (للقضايا محل التطبيق) ودرجة تأييد (أو معارضة) الآخرين (لهذه القضايا) كما يدركها هذا الفرد (فرضية توهم المعرفة).

(٢) توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم تعرض الأفراد لوسائل الإعلام (التلفزيون - الصحف) ودرجة "توهم المعرفة" لديهم. (فرضية تأثير وسائل الإعلام).

(٣) توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة "توهم المعرفة" لدى الفرد ودرجة اعتقاده في كون رأيه يمثل رأى الأغلبية. (فرضية وهم الإجماع الزائف).

(٤) توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة "توهم المعرفة" لدى الفرد ودرجة اعتقاده في التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام. (فرضية الاعتقاد في التغطية المتحيزة)

(٥) تختلف درجة "توهم المعرفة" لدى الفرد باختلاف:

- أ - درجة اعتقاده في تأثير الرأي العام على الذات
 - ب - درجة اعتقاده في تأثير الرأي العام على الآخرين
 - ج - درجة تقييم الذات لدى الفرد
 - د - درجة اعتقاده في جدارة الناس بالثقة
 - هـ - درجة اعتقاده في مستوى الإخلاص / الولاء لدى الناس
 - و - درجة اعتقاده في مستوى الاستقلالية لدى الناس
 - (العوامل النفسية / الاجتماعية المؤثرة في الظاهرة)
- (٦) تختلف درجة "توهم المعرفة" لدى الفرد باختلاف:
- النوع
 - مكان الإقامة (ريف - حضر)
 - السن

* متغيرات الدراسة :

جدول رقم (١) متغيرات الدراسة

الفرض	المتغير المستقل	المتغير الوسيط	المتغير التابع
الأول	درجة تأييد أو معارضة الفرد للقضية موضع التطبيق (١ M)	درجة توهم المعرفة $2 M - 1 M =$	درجة تأييد أو معارضة الآخرين للقضية موضع التطبيق كما يدرجها الفرد (٢ M)
الثاني	حجم التعرض لوسائل الإعلام	-	درجة توهم المعرفة
الثالث	درجة توهم المعرفة	-	وهم الإجماع الزائف
الرابع	درجة توهم المعرفة	-	إدراك التنظية المتحيزة لوسائل الإعلام
الخامس	- درجة اعتقاد الفرد في تأثير الرأي العام على الذات - درجة اعتقاد الفرد في تأثير الرأي العام على الآخرين - درجة تقييم الذات لدى الفرد - درجة اعتقاد الفرد في جدارة الناس بالثقة - درجة اعتقاد الفرد في مستوى الإخلاص / الولاء لدى الناس - درجة اعتقاد الفرد في مستوى الاستقلالية لدى الناس	- - - - - -	درجة توهم المعرفة
السادس	- النوع - الزمن - مكان الإقامة	- - -	درجة توهم المعرفة

• منهجية قياس متغيرات الدراسة:

١- المتغيرات الاتصالية:

(أ) مقياس حجم التعرض للتلفزيون:

- هو مقياس تجميعي يتكون من أربعة أسئلة (مغلقة) تتناول مدى التعرض للتلفزيون المصري، وعدد ساعات التعرض اليومي، ومدى مشاهدة برامج السواي والحوار فيه وأنماط مشاهدة هذه البرامج.

- يبلغ مجموعات درجات المقياس ٣٦ درجة

تم تقسيم المبحوثين وفقاً لدرجاتهم على المقياس على النحو التالي:-

- أقل من ١٢ درجة (معدل تعرض منخفض)
- ١٢ - ٢٤ (معدل تعرض متوسط)
- ٢٤ فأكثر (معدل تعرض مرتفع)

(ب) مقياس معدل قراءة الصحف:

- هو مقياس تجميعي أيضاً يتكون من ثلاثة أسئلة، يقيس الأول معدل القراءة الأسبوعي للصحف، يقيس الثاني عدد الصحف التي يقرأها الفرد يومياً، ويقيس الثالث طبيعة المواد التي يحرص على قراءتها.

- يبلغ مجموعات درجات المقياس ٣٠ درجة

تم تقسيم المبحوثين وفقاً لدرجاتهم على المقياس على النحو التالي:-

- أقل من ١٠ درجات (معدل قراءة منخفض)
- ١٠ - ٢٠ (معدل قراءة متوسط)
- ٢٠ فأكثر (معدل قراءة مرتفع)

٢- المتغيرات النفسية / الاجتماعية:

(أ) مقياس تقييم الذات Self-Esteem:

- استخدم الباحث نسخة مختصرة للمقياس الذي وضعه كوبر سميث Coppersmith (١٩٦٧)^(٧٤)، ومن عبارات هذا المقياس:-

الفصل الثاني نظريات الرأى العام

- أجد صعوبة شديدة فى التحدث أمام الآخرين
 - أشعر بأني شخص محبوب ولى شعبية بين زملائي
 - أشعر بالإحباط فى كثير مما أعمل
 - يحترم معظم المحيطين بى أفكارى التى أبدتها لهم
 - يبلغ مجموعات درجات المقياس ١٢ درجة
- تم تقسيم المبحوثين وفقاً لدرجاتهم على المقياس على النحو التالى:-

- أقل من ٤ درجات (مستوى تقييم ذات منخفض)
- ٨ - ٤ (مستوى تقييم ذات متوسط)
- ٨ فأكثر (مستوى تقييم ذات مرتفع)

(ب) مقياس جدارة الناس بالثقة: Trustworthiness

- هو بعد من مقياس (PHN) Philosophy of Human Nature الذى وضعه رايتسمان Wrightsman (١٩٦٤)^(٧٥) ومن عبارات هذا البعد:-
 - معظم الناس يقولون الحقيقة دائماً حتى ولو كان فى الكذب مصلحتهم.
 - سيتلاعب معظم الناس فى إقراراتهم الضريبية لو ضمنوا أن هذا التلاعب لنينكشف.
 - لو تعاملت مع الناس بحسن نية فسوف يعاملونك بالمثل.
 - معظم الناس لا يؤدون الأمانة حباً فيها ولكن خوفاً من الفضيحة فى حالة اكتشاف خيانتهم.
 - يبلغ مجموعات درجات المقياس ٢٠ درجة
- تم تقسيم المبحوثين وفقاً لدرجاتهم على المقياس على النحو التالى:-

- أقل من ٧ درجات (درجة ثقة منخفضة)
- ١٤ - ٧ (درجة ثقة متوسطة)
- ١٤ فأكثر (درجة ثقة مرتفعة)

(ج) مقياس مستوى استقلالية الأفراد: Independence

- هو بعد من مقياس (PHN) أيضاً الذى وضعه رايتسمان Wrightsman (١٩٦٤)^(٧٦) ومن عبارات هذا البعد:-
- لكى تصبح ناجحاً فى هذه الأيام، ليس من المهم أن تعمل بجد ولكن أن تعرف كيف توفق أوضاعك مع الآخرين.
- إن يعبر الإنسان العادى (البسيط) عن رأيه الحقيقي إلا نادراً أو اعتقد أن الآخرين يعارضون هذا الرأى.
- الشخص الذى لديه أفكار جديدة ومبتكرة ومختلفة عن أفكار الآخرين محترم فى بلادنا.
- قد يغير معظم الأفراد آراءهم المعلنة لو تعرضوا لنقد لها ولكنهم لا يغيرون قناعاتهم الشخصية.
- يبلغ مجموعات درجات المقياس ٢٠ درجة، تم تقسيم المبحوثين عليها على النحو المبين فى المقياس السابق.

(د) مقياس مستوى الإخلاص / الولاء لدى الناس: Faith in People

- تم استخدام المقياس الذى وضعه روزنبرج Rosenberg (١٩٥٧)^(٧٧) ويتكون هذا البعد من خمس عبارات منها:-
- معظم الناس لا يهتمون إلا بأنفسهم.
- إذا لم يكن الإنسان يقطاً فسوف يستغله الآخرون.
- الناس بطبيعتهم متعاونون (الناس متعاونون بالفطرة).
- معظم الناس لا يمكن الثقة بهم.
- يبلغ مجموعات درجات المقياس ٢٠ درجة، تم تقسيم المبحوثين عليها على النحو المبين فى المقاييس السابقة.

٣- مقاييس متعلقة بمدركات الأفراد عن الرأى العام:

- وهما مقياسان وضعهما كارول جلين ورونالد اوستمان Glynn & Ostman (١٩٨٨)^(٧٨) وطبقاهما فى دراستهما.

الفصل الثاني نظريات الرأي العام

(أ) مقياس إدراك تأثير الرأي العام على الذات:

ومن عبارات هذا المقياس:-

- نتائج استطلاعات الرأي قليلة الأهمية بالنسبة لى وذلك عندما أكون رأياً بشأن معظم القضايا.
- يمكننى أن أبدي اعتراضى وأن اختلف مع أى شخص حتى ولو كان مسؤولاً كبيراً.
- لو اعتقدت أن الآخرين لديهم آراء مختلفة عن آرائى فى كثير من القضايا التى اعتقد فى أهميتها بالنسبة لى فإنه من المحتمل ألا أعلن آرائى هذه وألا أصرح بها لهم.

(ب) مقياس إدراك تأثير الرأي العام على الآخرين:

ومن عبارات هذا المقياس:-

- فى أحيان كثيرة يقول الأفراد أشياء لا يعتقدون فيها لعلمهم أنها ستلقى قبولاً من الآخرين.
- يغير الأفراد، عادة، ما يقولون لو كان الآخرون الموجودون معهم فى نفس المكان يعتقدون خلاف ذلك.
- معظم الناس يقولون ما يعتقدون فيه بغض النظر عن وجهة نظر الآخرين.
- تم تطبيق الإجراءات المتعلقة بتقسيم المبحوثين والتى تم استخدامها فيما سبق من مقاييس على هذين المقياسين أيضاً.

٤- مقياس توهم المعرفة:

- تم تطبيق الدراسة على ثلاث قضايا (منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب، إحياء اتفاقية الدفاع العربى، تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس) واتبع فى قياس مستوى توهم المعرفة فى كل قضية الإجراءات ذاتها التى اتبعت فى القضيتين الأخرين وذلك على النحو التالى:-
- سؤال يتم الإجابة عنه بطريقة ليكرت الخماسية التى تبدأ من موافق جداً (خمس درجات) ،و تنتهى بمعارض جداً (درجة واحدة) ويتعلق باتجاهات

- الفرد تجاه القضية أو الاقتراح المطروح.
- سؤال يتم الإجابة عنه بطريقة ليكرت الخماسية أيضاً ويتعلق بإدراك الأفراد لاتجاهات الآخرين تجاه القضية أو الاقتراح المطروح.
- يمثل حاصل طرح درجات السؤال الأول والسؤال الثانى قيمة " توهم المعرفة " وكلما زاد هذا الفارق بين الإجابتين زاد مستوى " توهم المعرفة لدى الأفراد ".

٥- مقياس التعطية المتحيزة لوسائل الإعلام:

- سؤال يقيس فرضية "عدوانية وسائل الإعلام" Media Slant - Hostile Media، ويتكون من سؤال مباشر على النحو التالى:-
- هل عكست وسائل الإعلام المصرية وجهة نظرك هذه أم عكست وجهة النظر المعاكسة؟
- عكست وجهة نظري - عكست وجهة النظر المعارضة
- عكست وجهتي النظر بحياد وتوازن

٦- مقياس " وهم الإجماع (الاتفاق) False Consensus":

- و يتكون من سؤالين هما:-
- من وجهة نظرك: أيهما أكثر فى المجتمع المصري:
- المؤيدون لهذا الموضوع (الاقتراح) • المعارضون لهذا الموضوع (الاقتراح)
- لو تم إجراء استطلاع للرأى فى هذه الأيام، فكم هى نسبة المصريين - من وجهة نظرك - الذين سيؤيدون هذا الاقتراح؟ (..... %).

• منهج الدراسة:

تم الاعتماد على منهج المسح Survey Method وعلى أسلوب المسح بالعينة، وتم استخدام استمارة الاستبيان المقننة كأداة لجمع البيانات^(١). وتم ملؤها مع المبحوثين من

(١) لقياس صدق الاستمارة تم عرضها قبل تطبيقها على عدد من المحكمين هم :-
أ.د. سامى عبد العزيز رئيس قسم العلاقات العامة والإعلان كلية الإعلام جامعة القاهرة /
د. نائلة عصارة أستاذ مساعد بقسم الإعلام بكلية الآداب جامعة حلوان..... د. إيمان جمعة أستاذ مساعد بكلية الإعلام جامعة القاهرة .
ولقياس الثبات تم إعادة التطبيق على ١٠% من العينة (داخل محافظات القاهرة الكبرى فقط) بعد شهر من التطبيق ، وكانت درجة الثبات هى ٠,٩٦ ، وهى درجة ثبات عالية .

خلال المقابلة الشخصية.

• عينة الدراسة:

- حجم العينة: تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ٣٧٥ مفردة.
- نوع العينة: هي عينة احتمالية، تم سحب مفرداتها بطريقة العينة العنقودية Cluster Sample
- المجال الجغرافي للعينة: تم سحب مفردات العينة بالتساوي من خمس محافظات هي: (القاهرة، الجيزة، القليوبية، الشرقية، أسيوط)
- المجال الزمني لجمع البيانات: تم تطبيق الدراسة في المحافظات الخمس بطريقة متوازنة، وذلك خلال شهر يونيو ٢٠٠٢ م. (*)

• طريقة اختيار مفردات العينة:

(أ) القاهرة:

تم تقسيم إحياء القاهرة إلى ثلاث فئات:

- إحياء راقية
- إحياء متوسطة
- إحياء منخفضة
- من كل فئة تم اختيار " أحد الأحياء " منها بطريقة عشوائية (تمت كتابة أسماء الأحياء على ورق تم طيه ووضع في سلة) وأسفر الاختيار عن ثلاثة إحياء هي:- الزمالك، حدائق القبة، شبرا.
- داخل كل حى من الأحياء الثلاثة تم اختيار شارع رئيسي فيها بطريقة عشوائية، وأسفر ذلك عن اختيار ثلاثة شوارع هي:- شارع محمد مظهر بالزمالك، شارع مصر والسودان بحدائق القبة، شارع شبرا بشبرا.
- داخل كل شارع تم اختيار رقم عشوائي للبداية (رقم ٣) وذلك بالنسبة للعمارات السكنية، (١٢،٩،٦،٣،) وكذلك بالنسبة للشقق داخل كل عمارة.

(*) ساعد الباحث في ملء بيانات الدراسة وفي إدخال البيانات إلى الحاسب الآلي عشرة باحثين من خريجي كلية الإعلام - جامعة القاهرة وينتمون إلى المحافظات التي تم التطبيق عليها .

(ب) بقية المحافظات :

- من كل محافظة تم اختيار " مركز " بطريقة عشوائية (يتكون المركز من مدينة رئيسية وعدة قرى مجاورة)، ودخل كل مدينة تم اختيار الشارع الرئيسى فيها، أما القرى فتم اختيار إحداها بطريقة عشوائية وتم التطبيق على المتعلمين (الحاصلين على شهادة متوسطة على الأقل) فيها بطريقة عمدية وذلك لصعوبة إخضاع ذلك للعشوائية لقلّة عدد المفردات فى كل قرية.

• خصائص عينة الدراسة:

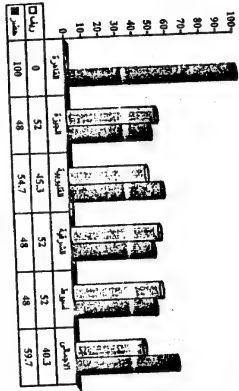
يوضح الجدول رقم (٢) خصائص عينة الدراسة.

جدول رقم (٢)

خصائص عينة الدراسة

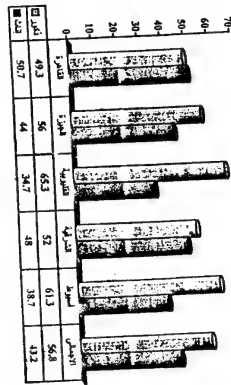
المحافظات		القاهرة ٧٥=ن		الجيزة ٧٥=ن		القليوبية ٧٥=ن		الشرقية ٧٥=ن		أسيوط ٧٥=ن		الإجمالي ٣٧٥=ن	
المتغيرات		ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
• النوع:	ذكور	٣٧	٤٩,٣	٤٢	٥٦	٤٩	٦٥,٣	٣٩	٥٢	٤٦	٦١,٣	٢١٣	٥٦,٨
	إناث	٣٨	٥٠,٧	٣٣	٤٤	٢٦	٣٤,٧	٣٦	٤٨	٢٩	٣٨,٧	١٦٢	٤٣,٢
• المنطقة:	ريف	-	-	٣٩	٥٢	٣٤	٤٥,٣	٣٩	٥٢	٣٩	٥٢	١٥١	٤٠,٣
	حضر	٧٥	١٠٠	٣٦	٤٨	٤١	٥٤,٧	٣٦	٤٨	٣٦	٤٨	٢٢٤	٥٩,٧
• السن:	٣٠-٢٠	١٦	٢١,٣	٢٠	٢٦,٧	٢٥	٣٣,٣	٢٥	٣٣,٣	١٦	٢١,٣	١٠٢	٢٧,٢
	٤٠-٣٠	١٤	١٨,٧	٢١	٢٨	١٣	١٧,٣	١٨	٢٤	١٧	٢٢,٧	٨٣	٢٢,١
	٥٠-٤٠	١٥	٢٠	١٢	١٦	١٠	١٣,٣	١٥	٢٠	٢٥	٣٣,٣	٧٧	٢٠,٥
	٦٠-٥٠	١٧	٢٢,٧	١٢	١٦	١٧	٢٢,٨	١٠	١٣,٣	١٣	١٧,٣	٦٩	١٨,٤
	٧٠-٦٠	١٣	١٧,٣	١٠	١٣,٣	١٠	١٣,٣	٧	٩,٤	٤	٥,٤	٤٤	١١,٧
	منخفض	٢٣	٣٠,٧	٣٤	٤٥,٣	٢٨	٣٧,٣	٣٤	٤٥,٣	٢٦	٣٤,٧	١٤٥	٣٨,٧
• المستوى الاقتصادي	متوسط	٣٤	٤٥,٣	٢٦	٣٤,٧	٣٧	٤٩,٣	٣٣	٤٤	٣٨	٥٠,٧	١٦٨	٤٤,٨
	مرتفع	١٨	٢٤	١٥	٢٠	١٠	١٣,٤	٨	١٠,٧	١١	١٤,٦	٦٢	١٦,٥

المنطقة السكنية



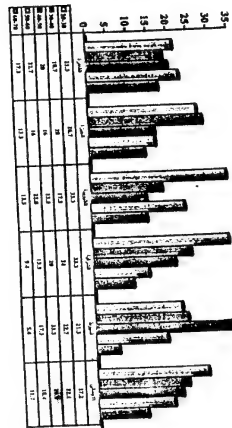
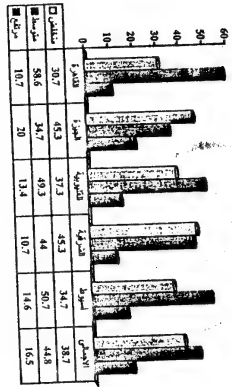
شكل رقم (4) خصائص عميلة الدراسة

النوع



الجنس

المنطقة الاقتصادية



خصائص عينة الدراسة

خامساً: نتائج الدراسة

يمكن تقسيم نتائج الدراسة إلى:

- نتائج عامة-نتائج اختبارات الفروض

النتائج العامة للدراسة:

(١) حجم التعرض للتلفزيون

أشار جميع المبحوثين إلى أنهم يتعرضون لبرامج التلفزيون المصري، وإن اختلفوا فيما بينهم في حجم التعرض، حيث يتعرض للتلفزيون بشكل منخفض (٣١,٥%) وبشكل متوسط (٤٨,٨%) بينما يتعرض للتلفزيون بشكل مكثف (١٩,٧%).

• تشير النتائج التفصيلية إلى أن:-

• الذكور ($M = 20.14 - SD = 5.44$) أكثر تعرضاً للتلفزيون وبفروق دالة عن الإناث ($M = 18.69 - SD = 5.03$) وكانت قيمة $t = 2.03$ وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

• الأكبر سناً ($M = 21.23 - SD = 5.20$) أكثر تعرضاً للتلفزيون من الأصغر سناً ($M = 19.09 - SD = 5.97$) غير أن الفروق ليست ذات دلالة إحصائية، حيث أن قيمة $t = 1.08$ وهي دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

• الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي ($M = 20.39 - SD = 5.41$) أكثر تعرضاً للتلفزيون من الأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي ($M = 19.07 - SD = 4.94$) غير أن الفروق ليست دالة إحصائية حيث أن قيمة $t = 1.607$ وهي دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

• لا توجد فروق ذات دلالة في حجم المشاهدة بين سكان الريف والحضر حيث أن قيمة $t = 0.66$ وهي دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

(٢) معدل قراءة الصحف :

• تشير نتائج الدراسة إلى أن (٢٣,٥ %) من عينة الدراسة لا يقرؤون الصحف

على الإطلاق، أما النسبة المتبقية (٧٦,٥ %) فقد أشار (٢٠,٥ %) منهم إلى أنهم يقرؤنها بصفة منتظمة (يومية)، ويشير (٥٠,٩ %) إلى أنهم يقرؤونها أكثر من أربعة أيام أسبوعياً، ويشير (٢٨,٥ %) إلى أنهم يقرؤونها أقل من أربعة أيام أسبوعياً.

تشير النتائج التفصيلية إلى أن:-

- الذكور (M = ١٩,٩٩ - SD = ٤,٢٣) أكثر قراءة للصحف من الإناث (M = ١٦,٠٤ - SD = ٦,٢٩) والفروق ذات دلالة إحصائية، حيث أن قيمة ت = ٧,٢٥ وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.
- الأكبر سناً أكثر قراءة للصحف من الأصغر سناً، غير أن الفروق غير دالة حيث أن قيمة ت = ٠,٧٩٧، وهي دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.
- الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي (M = ٢٠,٧٥ - SD = ٣,٢٧) أكثر قراءة للصحف من الأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي (M = ١٦,٥٨ - SD = ٣,٨١) والفروق دالة إحصائية، حيث أن قيمة ت = ٤,٣١ وهي دالة عند مستوى معنوية أصغر من ٠,٠٥.
- سكان الحضر أكثر قراءة للصحف من سكان الريف، غير أن الفروق غير دالة إحصائية، حيث أن قيمة ت = ٠,٢٤٤ وهي دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

(٣) اتجاه المبحوثين نحو القضايا موضع التطبيق:

يبين الجدول التالي درجة تأييد (أو معارضة) المبحوثين لكل قضية من القضايا الثلاثة التي تم التطبيق عليها.

جدول رقم (٣)

اتجاه المبحوثين نحو القضايا موضع التطبيق

درجة التأييد أو المعارضة للقضية موضع التطبيق	اتجاه الفرد					اتجاه الآخرين كما يدركه الفرد				
	ر.ف.ج.	ر.ف.ج.	ر.ف.ج.	ر.ف.ج.	ر.ف.ج.	ر.ف.ج.	ر.ف.ج.	ر.ف.ج.	ر.ف.ج.	النسبة
منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب	١٤,٩	١٣,٦	١٤,١	٣٢,٣	٢٥,١	٢,٦١	١٣,٦	٢٧,٥	١٨,٤	٢٣,٥
إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك	١٢,٥	٤٣,٥	١٦,٨	١٤,٤	١٢,٨	٣,٢٩	٢٠,٥	٢٥,٦	١٥,٥	١٩,٧
تدريس الثقافة الجنسية فى المدرس والجامعات	٤,٣	١٣,١	٨,٥	٤٣,٥	٣٠,٧	٢,١٢	١٦,٨	٢٨,٣	٢١,٦	١٦,٨

و من الجدول السابق يتبين لنا ما يلى:

- بالنسبة لقضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب:
نجد أن الأفراد يدركون أنفسهم باعتبارهم أكثر رفضاً وأقل تأييداً لهذه الفكرة مقارنة بالآخرين، حيث اعترض على الفكرة (٥٧,٤ %) ووافق عليها (٢٨,٥ %)
فى حين يعتقد (٤٠,٦ %) من الأفراد أن الآخرين يعترضون على هذه الفكرة فى مقابل (٤١,١ %) يعتقدون أن الآخرين يؤيدونها.
معنى هذا أن الاتجاه العام للأفراد نحو هذه القضية هو الرفض، وأن مستوى رفضهم لهذه الفكرة أشد (من وجهة نظرهم) من مستوى رفض الآخرين لها.
- بالنسبة لقضية إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك:
نجد أن الأفراد يدركون أنفسهم باعتبارهم أكثر تأييداً وأقل معارضة لهذه الفكرة من الآخرين، وإن كان الاتجاه العام الغالب لدى الأفراد ولدى الآخرين (من وجهة

الفصل الثاني نظريات الراى العام

نظر الأفراد) هو تأييد الفكرة، حيث أن نسبة الأفراد المؤيدين للفكرة هي (٥٦ %) في مقابل (٢٧,٢ %) يعارضونها، أما نسبة الآخرين المؤيدين للفكرة (من وجهة نظر الأفراد) فهي (٤٦,١ %) في مقابل (٣٨,٤ %) يعارضونها.

- بالنسبة لقضية تدريس الثقافة الجنسية في المدارس والجامعات:

نجد أن هناك تبايناً شديداً في اتجاه الأفراد من ناحية واتجاه الآخرين كما يدركه الأفراد من ناحية أخرى، فالأفراد يرون أنفسهم أكثر رفضاً وأقل تأييداً لهذه الفكرة مقارنة بالآخرين الذين هم أكثر تأييداً وأقل رفضاً لها، حيث إن نسبة الأفراد المؤيدين للفكرة هي (١٧,٤ %) ونسبة المعارضين لها هي (٧٤,٢ %)، في حين أن نسبة الآخرين المؤيدين للفكرة (من وجهة نظر الأفراد) هي (٤٥,١ %) ونسبة المعارضين عليها هي (٣٣,٣ %).

معنى هذا أن هناك تبايناً بين اتجاه الأفراد من ناحية واتجاه الآخرين كما يدركه الأفراد من ناحية أخرى، وهو ما سنتضح معالمه في اختبار الفرض الأول.

(٤) مدى اعتقاد المبحوثين في موضوعية / تحيز وسائل الإعلام في معالجتها للقضايا موضع التطبيق

يبين الجدول التالي مدى اعتقاد المبحوثين في كون وسائل الإعلام تعكس وجهة النظر التي يعتقدونها أو تعكس وجهة النظر المعارضة أو تعكس وجهتي النظر بحياد وتوازن، وهو ما يطلق عليه في أدبيات الاتصال "فرضية عدوانية وسائل الإعلام Hostile Media Effect Hypothesis"

جدول رقم (٤)

اتجاه وسائل الإعلام، كما يدركه الفرد، نحو القضايا موضع التطبيق

القضية موضع التطبيق					
اتجاه وسائل الإعلام كما يدركه الفرد		عكست وجهة نظر الفرد		عكست وجهة النظر بتوازن	
ك	%	ك	%	ك	%
٤٨	١٢,٨	٢٠١	٥٣,٦	١٢٦	٣٣,٦
٨٣	٢٢,١	١٩٢	٥١,٢	١٠٠	٢٦,٧
٣٦	٩,٦	٢٣٥	٦٢,٧	١٠٤	٢٧,٧

ومن الجدول السابق يتبين لنا ما يلي:

- إن الأفراد (رغم تباين اتجاهاتهم من قضية لأخرى (من القضايا الثلاثة) ورغم تباين توجهات وسائل الإعلام (الفعلية) أيضاً من قضية لأخرى يعتقدون أن وسائل الإعلام قد تبنت وجهة النظر المعاكسة لوجهة نظرهم، ففي حالة اعتراضهم وعدم تأييدهم للقضية (مثلما هو الحال في قضية منح الجنسية المصرية وفي قضية تدريس الثقافة الجنسية) اعتقدوا أن وسائل الإعلام عكست وجهة النظر المؤيدة للموضوع، وفي حالة تأييدهم للقضية (مثلما هو الحال في قضية إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك) اعتقدوا أن وسائل الإعلام عكست وجهة النظر المعارضة للموضوع.

معنى هذا أن الأفراد يعتقدون أن وسائل الإعلام عادة ما تتخذ موقفاً معاكساً لتوجهاتهم ولذا فهي عدوانية Hostile ومتحيزة Biased وغير حيادية (مائلة) Slant^(*).

(٥) مدى اعتقاد المبحوثين في كون أغلبية المجتمع تتفق معهم في اتجاههم :

ويطلق على هذا الاعتقاد "وهم الاتفاق (الإجماع) الزائف False Consensus"، ويبين الجدول التالي تقديرات الأفراد لمدى انتشار رأيهم واتجاههم بشأن القضايا موضع التطبيق كونها تمثل رأي الأغلبية أو تمثل رأي الأقلية.

جدول رقم (٥)

مدى اعتقاد المبحوثين في كون أغلبية المجتمع تتفق معهم في اتجاههم

المعارضون للموضوع		المؤيدون للموضوع		أيهما أكثر في المجتمع المصري	القضية موضع التطبيق
%	ك	%	ك		
٦٥,٣	٢٤٥	٣٤,٧	١٣٠		منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب
٣٠,١	١١٣	٦٩,٩	٢٦٢		إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك
٨١,٣	٣٠٥	١٨,٧	٧٠		تدريس الثقافة الجنسية في المدارس والجامعات

(*) يستند هذا التعليق على الأرقام الظاهرة في الجدول، لما الاستدلال القطعي من خلال المعاملات الإحصائية على الظاهرة فيمكن ملاحظتها في اختبار الفرض الرابع على ما سيأتي لاحقاً .

ومن الجدول السابق يتبين لنا ما يلى:

إن ما يطلق عليه "وهم الاتفاق الزائف" موجود فى معتقدات الجمهور إزاء القضايا الثلاثة، ففى قضية منح الجنسية (والتي كان الأفراد معارضين لها) كان المعارضون للموضوع هم الأكثرية (من وجهة نظر الأفراد المبحوثين) فى المجتمع المصري كما يرى (٦٥,٣%) من المبحوثين، وفى قضية تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات (والتي كان الأفراد معارضين لها أيضاً) كان المعارضون للموضوع هم الأكثرية فى المجتمع المصري كما يرى (٨١,٣%) من المبحوثين. أما فى قضية إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك (والتي كان الأفراد مؤيدين لها) كان المؤيدون للموضوع هم الأكثرية فى المجتمع المصري كما يرى (٦٩,٩%) من المبحوثين.

معنى ذلك أن الأفراد يعتقدون عادةً، أن الآراء التي يعتقدونها هي الآراء الأكثر شيوعاً وانتشاراً فى المجتمع، ولها تعبر عن رأى الأكثرية (الأغلبية) وهو ما يتفق مع فرضية "وهم الاتفاق الزائف".

(٦) تقدير الأفراد لمدى تأثير الرأى العام على أنفسهم:

- تشير نتائج الدراسة إلى أن ٢٣,٧% يعتقدون أن للرأى العام تأثيراً قوياً عليهم، وأن ٦٧,٥% يعتقدون أن له تأثيراً متوسطاً، فى حين يعتقد ٢٠,٣% أن له تأثيراً ضعيفاً عليهم.
- لم تكن هناك فروق ذات دلالة بسبب المتغيرات الديمجرافية (النوع، السن، المستوى الاجتماعى الاقتصادى، محل الإقامة) حيث إن قيم (ت) على التوالى هي (٠,٧٩٢، ١,٩٨، ٠,٦١٢، ٠,٣٧٠) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

(٧) تقدير الأفراد لمدى تأثير الرأى العام على الآخرين:

- تشير نتائج الدراسة إلى أن ٣٢,٨% يعتقدون أن للرأى العام تأثيراً قوياً على الآخرين، وأن ٤٦,٩% يعتقدون أن له تأثيراً متوسطاً، فى حين يعتقد ٢٠,٣% أن له تأثيراً ضعيفاً على الآخرين.
- لم تكن هناك فروق ذات دلالة بسبب المتغيرات الديمجرافية (النوع، السن، المستوى

نظريات الراس العام الفصل الثاني

الاجتماعي الاقتصادي، محل الإقامة) حيث إن قيم ت على التوالي هي (٠,٨٤٠,١,١٢٣,١,١٥٦,٠,٧٥٠) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٠٥.

(٨) المتغيرات النفسية الاجتماعية

أ- تقدير الذات Self-Esteem

تشير النتائج إلى أن ٢٨,٥ % من عينة الدراسة لديهم تقدير ذات منخفض، وأن ٢٨,٥ % لديهم تقدير ذات متوسط، في حين أن ٤٣ % لديهم تقدير ذات مرتفع. لم تكن للمتغيرات الديمغرافية تأثير ذو دلالة، حيث أن قيم ت على التوالي هي (٠,٢٢٣,١,٦١٠,٠,١٠٤,١,٤١٩) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٠٥.

ب- الاعتقاد في جدارة الناس بالثقة فيهم Trustworthiness:

تشير نتائج الدراسة إلى أن ١٢,٥ % من المبحوثين يعتقدون أنه لا يمكن الثقة في الآخرين وأن ٦٠,٥ % يعتقدون أنه يمكن الثقة بالآخرين إلى حد ما بينما يعتقد ٢٦,٩ % أن الآخرين يمكن الثقة بهم لدرجة كبيرة.

- تشير النتائج التفصيلية إلى أن:

- الذكور أكثر ثقة في الآخرين من الإناث، حيث إن قيمة ت = ٣,٥١٧ وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠٥.

- الأصغر سناً أكثر ثقة في الآخرين من الأكبر سناً، حيث إن قيمة ت = ٣,٢٩٨ وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠٥.

- الأقل في المستوى الاجتماعي الاقتصادي أكثر ثقة بالآخرين من الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي، حيث إن قيمة ت = ٢,٩٨٩ وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠٥.

- سكان الريف أكثر ثقة في الآخرين من سكان الحضر، غير أن الفروق ليست دالة إحصائياً، حيث إن قيمة ت = ١,٧٧ وهي دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٠٥.

ج- الاعتقاد في مستوى الولاء / الإخلاص لدى الناس Faith in people:

تشير النتائج إلى أن ١٥,٥ % من عينة الدراسة يعتقدون في انخفاض مستوى

الفصل الثاني - اضطرابات الرأى العام

الإخلاص لدى الناس، أن ٥٥,٢% يعتقدون أنه يوجد مستوى متوسط للإخلاص لدى الناس، في حين يعتقد ٢٩,٣% أنه يوجد مستوى مرتفع من الإخلاص لدى الناس. لم تكن للمتغيرات الديمجرافية تأثير ذو دلالة، حيث أن قيم ت على التوالى هي (١,٨٨، ٠,٢٦٥، ١,٦٨٥، ٠,٢٥٢) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥.

د- الاعتقاد في مستوى استقلالية البشر Independence:

تشير النتائج إلى أن ٣٧,٩% من عينة الدراسة يعتقدون فى انخفاض مستوى الاستقلالية لدى الناس، وأن ٣٨,٤% يعتقدون أنه يوجد مستوى متوسط للاستقلالية لدى الناس، في حين يعتقد ٢٣,٧% أنه يوجد مستوى مرتفع من الاستقلالية لدى الناس. لم تكن للمتغيرات الديمجرافية (السن-المستوى الاجتماعي الاقتصادي، مكان الإقامة) تأثيرات ذات دلالة، حيث أن قيم ت على التوالى هي (٠,٥٤٠، ١,٧٩٦، ٠,٦٢١) وهي قيم دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥. للذكور أكثر اعتقاداً فى استقلالية البشر من الإناث، حيث أن قيمة ت = ٣,٤٢ وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

اختبار فروض الدراسة

الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة تأييد (أو معارضة) الفرد (للقضايا محل التطبيق) ودرجة تأييد (أو معارضة) الآخرين كما يدركها هذا الفرد.

لاختبار مدى وجود فروق ذات دلالة بين درجة تأييد الأفراد لكل قضية على حدة وبين درجة تأييد الآخرين لكل قضية كما يدركها الأفراد تم إجراء اختبار "ت" T.Test بطريقة العينة المزدوجة Paired Sample، وكانت نتائج الاختبار على النحو الذى يجمله الجدول التالى:

جدول رقم (٦)

نتائج اختبار " ت " للمقارنة بين درجة تأييد الفرد

ودرجة تأييد الآخرين كما يدركها الفرد

الموضوع	المجموعات	المتوسط M	الانحراف المتوسط SD	درجات الحرية DF	تفاوت	الانحراف المعيارى	قيمة ت	P
منح الجنسية المصرية للأبناء المصريين المتزوجات بأجانب	درجة تأييد الفرد	٢,٦١	١,٣٨	٣٧٤	٠,٣٠	١,٨٧	-	٠,٠٠٢
	درجة تأييد الآخرين	٢,٩١	١,٣٩					
	كما يدركها الفرد							
إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك	درجة تأييد الفرد	٣,٢٩	١,٢٣	٣٧٤	٠,٢٠	١,٧٨٨	٢,١٦٦	٠,٠٠٣
	درجة تأييد الآخرين	٣,٠٩	١,٤٣					
	كما يدركها الفرد							
تدريس ثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات	درجة تأييد الفرد	٢,١٦٨	١,١٢٩	٣٧٤	٠,٩٤٩	١,٧٥	١٠,٤٨	٠,٠٠٠
	درجة تأييد الآخرين	٣,١٢٠	١,٣٤٠					
	كما يدركها الفرد							

و من الجدول السابق يتبين لنا ما يلى:

١. أن متوسط درجة تأييد الآخرين (كما يدركها الفرد) لفكرة منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب أكبر من متوسط درجة تأييد الفرد لهذه الفكرة، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً، حيث إن قيمة "ت" تساوى ٣,٠٧٠، وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠٥ (٠,٠٠٢) معنى ذلك أن ظاهرة توهيم المعرفة موجودة فى هذه القضية.

٢. أن متوسط درجة تأييد الفرد لفكرة إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك (M=٣,٢٩) أكبر من درجة تأييد الآخرين، كما يدركها الفرد، (M=٣,٠٩)، وأن الفروق بينهما دالة إحصائياً، حيث إن قيمة ت=٢,١٦٦ وهى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠٥ (٠,٠٠٣) معنى ذلك أن ظاهرة توهيم المعرفة موجودة فى هذه القضية أيضاً.

٣. أن متوسط درجة تأييد الآخرين (كما يدركها الفرد) لفكرة تدريس الثقافة الجنسية

الفصل الثاني نظريات الرأى العام

فى المدارس والجامعات (M=3,120) أكبر من درجة تأييد الفرد لها (M=3,168)، وأن الفرق بينهما دالة إحصائية، حيث أن قيمة ت = -10,48 أو هى قيمة دالة عند مستوى معنوية أقل من 0,05 (0,0001) معنى ذلك أن ظاهرة "توهم المعرفة" موجودة فى هذه القضية أيضاً.

وعلى هذا يمكن لنا قبول الفرض القائل بوجود ظاهرة "توهم المعرفة" فى استطلاعات الرأى العام فى مصر بغض النظر عن نوع القضية.

وعلى هذا نقبل الفرض العدمى القائل "توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين درجة تأييد (أو معارضة) الفرد (للقضايا محل التطبيق) ودرجة تأييد (أو معارضة) الآخرين كما يدركها هذا الفرد"، ونرفض الفرض البديل القائل بعدم وجود فروق ذات دلالة.

الفرض الثانى:

توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم تعرض الأفراد لوسائل الإعلام (التلفزيون - الصحف) ودرجة "توهم المعرفة" لديهم.

لاختبار هذا الفرض - إحصائياً - تم حساب العلاقة الارتباطية بين درجة توهم المعرفة لدى الفرد (حاصل طرح درجة تأييد الفرد للفكرة - درجة تأييد الآخرين كما يدركها الفرد) وحجم التعرض للتلفزيون والصحف وذلك بطريقتين.

الأولى: اختبار بيرسون Person وذلك من البيانات فى صورتها الرقمية النسبية Ratio

الثانية: اختبار كاي² وذلك من البيانات فى صورتها الاسمية Nominal وبجمل الجدول التالى نتائج هذين الاختبارين بالنسبة لكل فكرة.

جدول رقم (٧)

العلاقة بين حجم تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ودرجة توهم المعرفة

توهم المعرفة / الصحافة	توهم المعرفة / التلفزيون	توهم المعرفة / القضية موضع التطبيق
بيرسون = - ٠,٢١١ (p = ٠,٠٠٠) ٢٤ = ٧,١٢٤ (p = ٠,٠٠٠)	بيرسون = - ٠,٢٠٤ (p = ٠,٠٠٠) ٢٤ = ٤,١٣١ (p = ٠,٠٠٠)	منع الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب
بيرسون = - ٠,٠٠١ (p = ٠,٠٠٠) ٢٤ = ٧,٤٤٤ (p = ٠,٠٠٠)	بيرسون = - ٠,٨٤٢ (p = ٠,٠٠٠) ٢٤ = ٣,٨٣٥ (p = ٠,٠٠٠)	إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك
بيرسون = - ٠,٠١٧ (p = ٠,٠٠٠) ٢٤ = ٨,٥٠٨ (p = ٠,٠٠٠)	بيرسون = - ٠,١٠٩ (p = ٠,٠٠٠) ٢٤ = ١,٦٠٩ (p = ٠,٠٠٠)	تدريس الثقافة الجنسية في المدارس والجامعات

- ويتبين من الجدول السابق أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (التلفزيون - الصحافة) ودرجة توهم المعرفة فيما يتعلق بالموضوعات الثلاثة، حيث إن جميع قيم معامل الارتباط بيرسون (N) وجميع قيم معامل حسن التوافق (كا) دالة عند مستوى معنوية (p) أكبر من ٠,٠٥

- وعلى ذلك نرفض الفرض الثاني القائم بوجود علاقة ارتباطية إيجابية بين حجم تعرض الأفراد لوسائل الإعلام ودرجة توهم المعرفة لديهم.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة "توهم المعرفة" لدى الفرد ودرجة اعتقاده في كون رأيه يمثل رأى الأغلبية (وهم الإجماع الزائف).

لاختبار هذا الفرض - إحصائياً - تم إجراء بعض الاختبارات الاسمية اللامعلمية ذلك بالنسبة للموضوعات الثلاثة، وأسفر الاختبار عن النتائج التي يجمها الجدول التالي:-

جدول رقم (٨)

العلاقة بين درجاتهم المعرفة والاعتقاد فى وهم الإجماع الزائف

الاختبار الإحصائي	كا	معامل التوافق	معامل فاي Phi	معامل فى لكرامرز Cramer's V	P
منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب	١,٤٦٤	٠,٠٦٢	٠,٠٦٢	٠,٠٦٢	٠,٤٨١
إحياء اتفاقية الدفاع العربي المشترك	٤,٧٥٤	٠,١١٢	٠,١١٣	٠,١١٣	٠,٠٩٣
تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات	٢,١٠٨	٠,٠٧٥	٠,٠٧٥	٠,٠٧٥	٠,٣٤٩

و من الجدول السابق يتضح لنا أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين درجة توهم المعرفة لدى الفرد ودرجة اعتقاده فى كون رأيه يمثل رأى الأغلبية حيث أن قيم كا^٢ وفاي وفى لكرامرز فى الثلاث موضوعات دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٠٥، وعلى هذا نرفض الفرض الثالث.

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطية إيجابية بين درجة "توهم المعرفة" لدى الفرد ودرجة اعتقاده فى التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام (فرضية إدراك التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام)

لاختبار هذا الفرض - إحصائياً - تم إجراء اختبار حسن المطابقة (كا^٢) وذلك بالنسبة للموضوعات الثلاثة وأسفر الاختبار عن النتائج التى يجمها الجدول التالى:-

جدول رقم (٩)

العلاقة بين درجتهم المعرفة والاعتقاد فى التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام

الاختبار الإحصائي	كا	معامل التوافق	معامل فاي Phi	معامل فى لكرامرز Cramer'sV	P
منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب	١,٢٨٣	٠,٠٥٧	٠,٠٥٧	٠,٠٥٧	٠,٨٧٢
إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك	١,٣٥٥	٠,٠٦٠	٠,٠٦٠	٠,٠٤٣	٠,٨٥٢
تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات	١٤,٧٧٦	٠,١٩٥	٠,١٩٩	٠,١٤٠	٠,٠٠٥

ومن الجدول السابق يتضح لنا أنه لا توجد علاقة بين درجة توهم المعرفة لدى الفرد ودرجة اعتقاده فى التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام وذلك فيما يتعلق بفكرة منح أبناء المصريين المتزوجات بأجانب الجنسية المصرية، وكذلك فكرة إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك حيث أن قيم كا (١,٢٣٨، ١,٣٥٥) هى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥، بينما وجدت العلاقة فيما يتعلق بفكرة تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات حيث أن قيمة كا ٢ = ١٤,٧٧٦ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

وعلى هذا نقبل للفرض الفرض الرابع فيما يتعلق بالموضوع الثالث، ونرفضه فيما يتعلق بالموضوعين الأول والثانى.

تختلف درجة " توهيم المعرفة " لدى الفرد باختلاف:-

- أ- درجة اعتقاده فى تأثير الرأى العام على الذات
- ب- درجة اعتقاده فى تأثير الرأى العام على الآخرين
- ج- درجة تقييم الذات لدى الفرد
- د- درجة اعتقاده فى جدارة الناس بالثقة
- هـ- درجة اعتقاده فى مستوى الإخلاص / الولاء لدى الناس
- و- درجة اعتقاده فى مستوى الاستقلالية لدى الناس

لاختبار هذا الفرض - إحصائياً - تم إجراء اختبار " ت " لمعنوية الفروق بين متوسطات الأقل والأعلى على كل متغير من المتغيرات الستة فى درجة " توهيم المعرفة " بالنسبة لكل موضوع من الموضوعات الثلاثة وأسفر هذا الاختبار (١٨ اختباراً) عن النتائج التى يجمها الجدول التالى:-

جدول رقم (١٠)

[illegible]

ومن الجدول السابق يتبين لنا أنه من بين ثمانية عشر اختباراً تم إجراؤها لم يثبت وجود فروق فى درجة توهم المعرفة إلا فى اختبارين فقط وهما:

- اختبار وجود فروق بين الأكل والأعلى فى درجة الاعتقاد فى مستوى الإخلاص /الولاء لدى الناس بصفة عامة فيما يتعلق بمنح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب، حيث بلغت قيمة t ٢,٤١١ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، وتشير نتائج الاختبار إلى أن الأكل اعتقاداً فى مستوى الإخلاص لدى الناس هو الأعلى درجة فى "توهم المعرفة" فيما يتعلق بمنح الجنسية المصرية، أى توجد فروق بينه وبين درجة تأييدهم للفكرة واعتقادهم عن درجة تأييد الآخرين لها.
 - اختبار وجود فروق بين الأكل والأعلى فى درجة الاعتقاد فى جدارة الناس بالنقطة فيهم، وذلك فيما يتعلق بفكرة تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات، حيث بلغت قيمته t ٢,٥٦ وهى دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥، وتشير نتائج الاختبار إلى أن الأكثر اعتقاداً فى جدارة الناس بالنقطة هو الأعلى درجة فى "توهم المعرفة" فيما يتعلق بفكرة تدريس الثقافة الجنسية.
 - وباستثناء هذين الاختبارين لم تشر نتائج بقية الاختبارات إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى درجة توهم المعرفة بشأن الموضوعات الثلاثة ترجع إلى المتغيرات النفسية /الاجتماعية الستة التى تم اختبارها.
- وعلى ذلك نرفض، جزئياً، الفرض الخامس القائل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية فى درجة توهم المعرفة ترجع إلى الخصائص النفسية الاجتماعية للفرد.
- الفرض السادس

تختلف درجة توهم المعرفة باختلاف الخصائص الديمجرافية للفرد:

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبارات لمعنوية الفروقيين متوسطات الأقل والأعلى على كل متغير من المتغيرات الديمجرافية ما عدا (النوع، ذكور/إناث) فى درجة "توهم المعرفة" بالنسبة لكل موضوع من الموضوعات الثلاثة.

وأسفر هذا الاختبار عن النتائج التى يجملها الجدول التالى:

ومن الجدول السابق يتبين لنا ما يلى:-

- أنه لم تكن هناك فروق بين الذكور والإناث فى مستوى "توهم المعرفة" بالنسبة للفضايا الثلاثة، حيث إن قيم ت كانت على التوالى (٠,١٣١,١,٢٠٢,٠,٠٠٣) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٠٥. أى أن متغير "توهم المعرفة" لم يكن له تأثير على درجة "توهم المعرفة" لدى الفرد.
- أن متغير السن لم يكن له تأثير على درجة "توهم المعرفة" لدى الأفراد فيما يتعلق بقضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب، وقضية إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك، حيث إن قيم ت كانت على التوالى (٠,١٣٥) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٠٥، فى حين كان لمتغير السن تأثيره على درجة توهم المعرفة فيما يتعلق بفكرة تدريس الثقافة الجنسية بالمدارس والجامعات، حيث كانت درجة توهم المعرفة لدى كبار السن أكبر من مثلثتها لدى صغار السن، فكبار السن يعارضون الفكرة ويعتقدون أن الآخرين يؤيدونها، وصغار السن يؤيدون الفكرة ويعتقدون أن الآخرين يتفقون معهم فى اتجاههم.
- أن متغير محل الإقامة (ريف- حضر) لم يكن له تأثير على درجة "توهم المعرفة" لدى الأفراد فيما يتعلق بفكرة إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك، وفكرة تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات، حيث إن قيم ت على التوالى (٠,٤٥٩,٠,٢٨٢) وهى قيم دالة عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٠٥، فى حين كان لمتغير محل الإقامة تأثيره على درجة توهم المعرفة فيما يتعلق بفكرة منح الجنسية المصرية لأبناء المصريات المتزوجات بأجانب، حيث كانت درجة "توهم المعرفة" لدى سكان الحضر أكبر من مثلثتها لدى سكان الريف، وبفروق دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠٥.

خلاصة الدراسة وخاتمتها :

تبلورت مشكلة الدراسة وتحددت أهدافها فى رصد ظاهرة " توهم المعرفة " لدى الجمهور المصرى إزاء عدد من القضايا المجتمعية، وتحليل العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام ودرجة " توهم المعرفة " لدى الفرد. و قد اختار الباحث، كمال للتطبيق، ثلاث قضايا حظيت بتغطية كبيرة من وسائل الإعلام وكانت مثار نقاش وجدل واسع، وهى: -

- قضية منح الجنسية المصرية لأبناء المصريين المتزوجات بأجانب
- قضية إحياء اتفاقية الدفاع العربى المشترك
- قضية تدريس الثقافة الجنسية فى المدارس والجامعات

وتم تطبيق الدراسة على عينة عشوائية حجمها ٣٧٥ مفردة تم سحبها من خمس محافظات هى: محافظات القاهرة الكبرى والشرقية وأسيوط.

وقد اختبرت الدراسة ستة فروض أساسية وعدة فروض فرعية، وتم التحقق من صحة بعض الفروض، ولم يتم التحقق من صحة بعضها الآخر، ويمكن الإشارة إلى أهم نتائج الدراسة على النحو التالى:-

(١) النتائج الخاصة برصد ظاهرة " توهم المعرفة " فى المجتمع المصرى:

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود ظاهرة " توهم المعرفة " فى استطلاعات الراى العام فى مصر بغض النظر عن نوع القضية التى يتم التطبيق عليها، ففى القضايا الثلاثة التى تم التطبيق عليها أشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك فروقاً ذات دلالة بين اتجاه الفرد ورويته لهذه القضايا من ناحية وبين إدراكه لاتجاهات الآخرين ورويتهم لها من ناحية أخرى.

ووفقاً لأدبيات " توهم المعرفة " فإنه ليس مهماً أن تكون الفروق لصالح اتجاه الفرد أو أن تكون لصالح اتجاه الآخرين كما يدركه الفرد ولكن ما يثبت وجود الظاهرة هو أن تكون هناك فروق وحسب، وهو ما تحقق فى هذه الظاهرة.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج الدراسات التى سبق عرضها

(ص: ٨٤-٩٠)، وهو ما يشير إلى أن ظاهرة "توهم المعرفة" هى ظاهرة إنسانية توجد فى كثير من المجتمعات بغض النظر عن السياقات الثقافية والأيدولوجية.

(٢) النتائج الخاصة بعلاقة وسائل الإعلام بظاهرة "توهم المعرفة":

تشير كثير من الدراسات السابقة إلى أن وسائل الإعلام يمكن أن تكون عاملاً على تعميق وجود الظاهرة فى المجتمع عندما لا تعكس الواقع بدقة وعندما تقدم معلومات مشوهة، وقد تكون عاملاً على كسر حدة ظهورها وتلاشيها عندما تقوم بدورها التنويري، وقد تصبح عاملاً لتثبيت الظاهرة عندما تختلط فيها المعلومات الدقيقة والمعلومات المشوهة.

و تشير نتائج الدراسة الحالية إلى أنه لا توجد علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للتلفزيون أو معدل قراءة الصحف ودرجة "توهم المعرفة" لدى الفرد، غير أن انتفاء العلاقة لا يعنى غياب دور وسائل الإعلام كاملاً أو عدم وجوده نهائياً، وإنما تعنى أن دور هذه الوسائل يمكن أن يكون فى منطقة تثبيت الظاهرة "وهى الحالة الثالثة التى تحدث عندما تختلط فى الرسائل الإعلامية عن أي قضية- المعلومات الدقيقة بالمعلومات المشوهة.

(٣) النتائج الخاصة بوهم الإجماع الزائف:

تشير فرضية وهم الإجماع الزائف إلى ميل الأفراد إلى المبالغة فى تقدير الدعم والمؤازرة لسلوكهم ولقيمهم ولاتجاهاتهم، فالفرد يشعر أن الموقف الذى يتخذه يحظى بتأييد أكبر من الآخرين مقارنة بالموقف المعارض.

وتشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن هذا " الوهم " موجود لدى الأفراد فى مصر فيما يتعلق بالقضايا الثلاثة، غير أن نتائج الدراسة تشير أيضاً إلى أنه لا توجد علاقة بين درجة توهم المعرفة بشأن القضايا الثلاثة مجال التطبيق ودرجة اعتقاد الأفراد فى كون رأيهم يمثل رأى الأغلبية.

(٤) النتائج الخاصة بالاعتقاد فى التغطية المتحيزة لوسائل الإعلام:

تشير فرضية النظرة العدائية تجاه وسائل الإعلام إلى أن الأفراد يميلون إلى النظر إلى تغطية وسائل الإعلام للقضايا الخلافية على أنها مضادة لوجهة نظرهم،

فالأفراد المنحازون إلى رأى معين يجدون أن التغطية الإعلامية، مهما كانت درجة حيادها، متحيزة ومتعارضة مع وجهة نظرهم، وهم يعتقدون أن هذه التغطية سيكون لها تأثير ملحوظ على آراء الآخرين.

وتشير نتائج الدراسة الحالية إلى أن المبحوثين رغم تبين اتجاهاتهم من قضية لأخرى ورغم تبين توجهات وسائل الإعلام الفعلية أيضاً من قضية لأخرى يعتقدون أن وسائل الإعلام قد تبنت وجهة النظر المعاكسة لوجهة نظرهم، ففي حالة اعتراضهم وعدم تأييدهم القضية اعتقدوا أن وسائل الإعلام عكست وجهة النظر المؤيدة للموضوع، وفي حالة تأييدهم القضية اعتقدوا أن وسائل الإعلام عكست وجهة النظر المعارضة للموضوع.

(٥) النتائج الخاصة بعلاقة خصائص المبحوثين النفسية والديموجرافية بدرجة " توهم المعرفة ":

تشير نتائج الدراسة إلى أن الخصائص النفسية والديموجرافية للمبحوثين لا تؤثر، بشكل بارز، على درجة توهم المعرفة، وهو ما يتفق مع ما سبق ذكره من احتمالية أن تكون ظاهرة " توهم المعرفة " ظاهرة إنسانية توجد بغض النظر عن السياق المحيط بها.

(٦) متغيرات أخرى بحاجة إلى الإختبار في دراسات لاحقة:

توجد بعض المتغيرات الأخرى التي يعتقد الباحث في أهمية تناولها وإختبار تأثيرها في دراسات لاحقة، ومنها:

- مستوى انغماس الفرد في القضية Personal Involvement، حيث يتوقع الباحث أن تقل درجة توهم المعرفة لدى الأكثر انغماساً في القضية والأكثر إرتباطاً بها، حيث إن إرتباط مصالح الفرد بقضية أو موضوع ما قد يدفعه إلى تحرى الدقة فى تفاصيلها وإلى محاولة تكوين توقعات وتنبؤات صادقة أكثر من إطلاق " تخمينات عشوائية.
- مستوى المعرفة العامة والمتعمقة لدى الفرد، حيث يتوقع الباحث، أيضاً، أن تقل درجة توهم المعرفة لدى الأكثر معرفة بالقضية وأبعادها مقارنة بالأقل معرفة بها.

الفصل الثاني نظريات الرأي العام

- درجة الموضوعية في معالجة وسائل الإعلام للقضية، فالتغطية الموضوعية البعيدة عن التحيزات الشخصية والمصالح الذاتية للوسائل وللقائمين عليها قد تمد الفرد الذي يتعرض لها بصورة حقيقية عن توزيع الرأي العام تجاه القضية وعن الاتجاه الغالب في المجتمع.

- (1) Lippmann, Walter (1922), **Public Opinion**, New York, Free Press P.4,15-16.
- (2) Allport, Floyd (1924), **Social Psychology**, Boston, Houghton Mifflin.p.396
- (3) Katz, Daniel & Allport, Floyd (1931), **Student Attitudes : A Report of The Syracuse University Research Study**, Syracuse, N.Y. Craftsman .press.
- (4) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), Pluralistic Ignorance Across Issues and Overtime : Information Cues and Biases . **Public Opinion Quarterly**, Vol.61, No, p.227.
- (5) Fukui, Yoshitaka (2001), The Great Illusion : Pluralistic Ignorance, Informational Cascades and The Persistence of Unpopular Norms With Application To Accounting Standards, **Unpublished Study** Obtained Through Personal contact with the Author (fukui@econ.tohoku.ac.jp) p.7
- (6) Breed, Warren & Ktsanes, Thomas (1961), Pluralistic Ignorance In The Process Of Opinion Formation. **Public Opinion Quarterly**, Vol.25, No.3, p.227.
- (7) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1996), **Pluralistic Ignorance and The Perception Of Social Norms By Unwitting Actors**, In Mark P.Zanna (ED) **Advanced in Experimental Social Psychology**, Vol.28, New York, Academic Press, P.161.
- (8) Major, Ann Marie (1997) Pluralistic Ignorance and The Climate Of Opinion In Real-Time Disaster Prediction, **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.9, No.2, p.171.
- (9) Fields, Games & Schumann, Howard (1976), Public Beliefs About Beliefs Of The Public, **Public Opinion Quarterly**, Vol.40, p.427-448.

- (10) O' Gorman, Hubert (1986), The Discovery Of Pluralistic Ignorance, **Journal of The History Behavioral Sciences**, Vol.22, PP:333-337.
- (11) Miller, Dale & MacFarland, Cathy (1987), Pluralistic Ignorance : When Similarity is Interpreted as Dissimilarity, **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol.53, No.2, PP:298-305.
- (12) Miller, Dale & MacFarland, Cathy (1991), "When Social Comparison Goes Away : The Case of Pluralistic Ignorance" in : J.Suls & T.Wills (EDS) **Social Comparison : Contemporary Theory and Research**, Hillsdale, NJ : Erlbaum, PP: 287-313 .
- (13) Miller, Dale & Prentice, Deborah (1994), Collective Errors and Errors about the Collective, **Personality and Social Psychology Bulletin**, Vol.20, No.5, PP:541-550.
- (14) Smith, Colleen (1995), Pluralistic Ignorance : An Integrated Of Perceptions Of Difference Bystander Apathy m Juvenile Delinquency, Burnout . Unpublished PHD Dissertation, Syracuse University, **Dissertation Abstracts International**, Vol.56, 09B, P.5227.
- (15) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1996), **Op.cit**, PP: 161-163 .
- (16) Fukui, Yoshita Ka (2001), **Op.cit**, P.7.
- (17) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), **Op.cit**, P. 228 .
- (18) Major, Ann-Marir (1997), **Op.cit**, 171.
- (19) Shamir & Jacob (1993), Pluralistic Ignorance Revisited : Perception of Opinion Distributions In Israel, **The International Journal of Public Opinion Research**, Vol.5, PP:22-39
- (20) Korte, Charles (1972), Pluralistic Ignorance About Student Radcalism, **Sociometry**, Vol.35, PP:576-587
- (21) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), **Op.cit**, PP:227-228 .
- (22) Fukui, Yoshita Ka (2001), **Op.cit**, PP:9-10 .

- (23) Breed, Warren & Ktsanes, Thomas (1961), **Op.cit**, P. 383 .
- (24) Nolle-Neumann, Elizabeth (1991) " The Theory of Public Opinion : The Concept of The Spiral of Silence " In : Games A.Anderson (ED) **Communication Year Book**, No.14 (PP: 256-287), New bury park-sage publication .
- (25) Golding, Peter (1981) " The Missing Dimension : News Media and The Management of Social Change " In : Elihu Kataz & Tamas Szesko (EDS), **Mass Media and Social Change**, (PP: 63-81), Beverly Hills, CA: Sage Publications .
- (26) Hall, Stuart (1982) " The Rediscovery of Ideolgy, Return of the Repressed in Media Studies " In : Michael Gurevitch et al (EDS), **Culture, Society, and the Media**, (PP:56-90), London : Methuen .
- (27) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), **Op.cit**, P.231 .
- (28) Katz, Elihu (1995), " Introduction : The State of the Art " In : Theodore Glasser & Charles Salmon (EDS), **Public Opinion and the Communication of Consent** . (PP: xxi-xxxiv), New York : Guilford .
- (29) Davison, Philips (1983), The Third – Person Effect in Communication, **Public Opinion Quarterly**, Vol.47, PP:1-15.
- (30) Perloff, Richard (1993), Third – Person Effect Research (1983-1992) : A Review and Synthesis . **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.5, No.2, P.167.
- (31) Ibid, P.168.
- (32) Sawen, Michael & Driscoll, Paul (1997), Consequences Of Third – Person Perception In Support Of Press Restinictions In The O.J. Simpson Trial . **Journal Of Communication**, Vol.47, No.2, P.61 .
- (33) Davison, Philips (1983), **Op.cit**, p.3 .

- (34) Duck, Julia et al (1995), " Me, Us and Them : Political Identification and The Third Person Effect In The 1993 Australian Federal Election. **European Journal of Social Psychology**, Vol.25, PP: 195-215 .
- (35) Mullen, Brain et al (1985), The False Consensus Effect : A Meta Analysis of 115 Hypothesis Tests, **Journal of Experimental and Social Psychology**, Vol.13, PP: 279-301.
- (36) Ross, Lee et al (1977), " The False Consensus Effect : An Ego Centric Bias In Social Perception and Attribution Processes ", **Journal of Experimental and Social Psychology**, Vol.13, PP: 279-301.
- (37) Eveland, William et al (1995) "Actual and Perceived U.S Public Opinion: The Sprial of Silence During The Persian Gulf-War. **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.7, No. 2, PP : 92-93 .
- (38) Gunther, Albert & Chia, Stalla (2001), Predicting Pluralistic Ignorance : The Hostile Media Perception and its Consequences, **Journalism and Mass Communication Quarterly**, Vol.74, No. 4, PP : 688-701.
- (39) Vallone, Robert ; Ross, Lee & Lepper, Mark (1985), " The Hostile Media Phenomenon : Biased Perception and Perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Messacre ", **Journal Of Personality and Social Psychology**, Vol.49, No.3, PP: 577-585.
- (40) Traugott, Michael (1992) " The Impact of Media Polls on The Public " In Thomas E.Mann & Gary R.Orren (EDS), **Media Polls in American Politics**, PP: 125-149, Washington, Dc., The Brookings Institution .
- (41) Ceci, S. & Cain, E. (1982) Jumping on The Bandwagon With The Underdog : The Impact of Attitude Polls on Polling Behavior, **Public Opinion Quarterly**, Vol. 46, pp.228-242
- (42) Gunther, Albert (1998), " The Persuasive Press Inferenceses Effect Of Mass Media On Perceived Public Opinon, **Communication Research**, Vol.25, No.5, PP: 486-504.
- (43) Noell-Neumann, Elizabeth (1993), **The Spiral of Silence : Public Opinion – Our Social Skin**, The University of Chicago Press, P.202.

- (44) Nolle-Neumann, Elizabeth (1991), *Op.cit*, p.81.
- (45) Gunther, Albert (1998), *Op.cit*, PP: 488-489.
- (46) Eveland, William et al (1999) "Rethinking The Social Distance Corollary, Perceived Likelihood of Exposure and The-Third Person Perception, *Communication Research*, Vol.26, No.3, PP: 280-281.
- (47) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1996), *Op.cit*, PP: 200-201.
- (48) Fields, Games & Schumann, Howard (1976), *Op.cit*, p.427-448.
- (49) Breed, Warren & Ktsanes Thomas (1961), *Op.cit*, PP: 382-392.
- (50) Isenberg, Danial (1980) " Levels Of Analysis Of Pluralistic Ignorance Phenomena : The Case Of Receptiveness To Interpersonal Feedback, *Journal of Applied Social Psychology*, Vol.10, No.6, PP:457-467.
- (51) Glynn-Carrol, Jane (1983) " Perceptions of Other's Opinions as Public Opinion and Its Realtionship To Communications in the Neighborhood : A Systems Level Perspective . Unpublished PHD Dissertation, The University of Wisconsin, Madison, *Dissertation Abstracts International*, Vol 44-09A, P.2886 .
- (52) Willits, Wendy (1986) "Pluralistic Ignorance in The Perception of Parent – Youth Conflict, *Youth & Society*, Vol.18, No.2, PP:150-161, (*Abstract From Eric Database*).
- (53) Miller, Dale & MacFarland, Cathy (1987), *Op.cit*, PP:298-305.
- (54) Major, Ann-Marie & Atwood, Erwin (1988), Pluralistic Ignorance and Communication about a Critical Political Issue, *Paper Presented at The Annaul Meeting of the International Communication Association* (New Orleans, LA, May 29 June 2–1988), (*Abstract From Eric Database*).
- (55) Miller, Dale & Prentice, Deborah (1994), *Op. Cit*, PP:541-550.
- (56) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1993) "Pluralistic Ignorance and Alcohol use on Campus: Some Consequences of misperceiving the Social Norm, *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 64, No.2, PP:243-256.

- (57) Major, Ann-Marie (1997) *Op.cit*, PP: 170-190.
- (58) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), *Op.cit*, PP 227-260 .
- (59) Ugarta, Inigo et al (1998) "Pluralistic Ignorance Attribution of Causality and Cognitive Bias in Anti-Gypsy Racism : A Survey Research, *Revista-de Psicologia – Social*, Vol.13, No.2, PP:321-330, (**Abstract From Eric Database**).
- (60) Hyes, Andrew et al (2001) "Willings To Express One's Opinion in a Realistic As A Function Of Perceived Support For That Opinion", *International Journal Of Public Opinion Research*, Vol.13, No. 1, PP 45-58 .
- (61) Perloff, Linda & Birckman, Philip (1982), " False Consensus and False Uniqueness : Bias in Perceptions of Similarity, *Academic-Psychology Bulletin*, Vol.4, No.3, PP:475-494.
- (62) Taylor, Garth (1982), "Pluralistic Ignorance and The Spiral of Silence : A Formal Analysis, *Public Opinion Quarterly*, Vol.46, No.3, PP:311-335.
- (63) Lashin, Yassin (1984) "Testing The Spiral of Silence Hypothesis: Toward An Integrated Theory of Public Opinion", Unpublished PHD, University of Illinois at Urbana-Champaign, **Dissertation Abstracts International**, Vol.45-11A, P:3234.
- (64) Mullen, Brian et al (1985), *Op.cit*, PP:266-283.
- (65) Glynn, Carrol & Ostman, Ronald (1988), " Public Opinion about Public Opinion ", *Journalism Quarterly*, Vol.65, No.2, PP: 299-306 .
- (66) Quilty, Robert (1990) "The Alcoholic Padox : Helplessness and Efficacy (Pluralistic Ignorance Learned Resourcefulness), Unpublished PHD Dissertation, Columbia University, **Dissertation Abstracts International**, Vol 52-02B, P.1077.
- (67) Baldwin, Tamara (1991)" Response To An Earthquake Prediction in Southeast Missouri : A Study in Pluralistic Ignorance. Unpublished PHD Dissertation, Southern Illinois University At Carbondale, **Dissertation Abstracts International**, Vol 53-09A, P.3025.

- (68) Shamir, Jacob (1993) "Pluralistic Ignorance : Perception of Opinion Distributions in Israel ", **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.5, No. 1, PP : 22-39 .
- (69) Park, Young-Soon (1985) "Pluralistic Ignorance and third person Effect of The Mass Media in the process of public opinion Formation (Spiral of Silence), Unpublished PHD Dissertation, Ohio University, **Dissertation Abstracts International**, Vol 46-03A, P.547.
- (70) Eveland, William et al (1995), **Op.cit**, PP : 91-109 .
- (71) Kim, In-Sook (1996) " The Impact Of Communication Behaviors and The Third-Person Effect on Pluralistic Ignorance about Environmental Information Campaigns "Unpublished PHD Dissertation, Southern Illinois University At Carbondale, **Dissertation Abstracts International**, Vol 53-06A, P.1970.
- (72) Gunther, Albert (1998), **Op.cit**, PP: 486-504.
- (73) Gunther, Albert & Chia, Yun-Stella (2001), **Op.cit**, PP: 688-701.
- (74) Robinson, John & Shaver, Phillip (1973) **Measures of Social Psychological Attitudes**, Michigan, The University of Michigan, pp. 84-87
- (75) **Ibid.**, pp. 606-611.
- (76) **Ibid.**
- (77) **Ibid.**, pp.612-615
- (78) Glynn, Carrol & Ostman, Ronald (1988) **Op.cit.**, pp.299-306

الجزء الثانى

نظريات تشكيل اتجاهات الراى العام

الفصل الثالث

نظرية التهيئة المعرفة

"دور المادة الإخبارية فى التلفزيون المصرى فى تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة"

المقدمة :-

تعد المواد الإخبارية من المكونات الأساسية فى القنوات التلفزيونية، وقد تزايد اهتمام الجمهور بالمواد الإخبارية التلفزيونية حيث أصبحت تمثل لهم مصدراً أساسياً يعتمدون عليه فى للحصول على معلوماتهم عن الأحداث الجارية، ويرجع ذلك إلى المصادقية التى تتمتع بها تلك المواد الإخبارية والناطقة من خصائص الوسيلة (الصورة - الصوت - الحركة - الألوان - الحالية).

وقد أدت تلك الأهمية التى تحظى بها التغطية الإخبارية فى التلفزيون إلى تزايد الدراسات التى حاولت التعرف على تأثير هذه التغطية على أفراد الجمهور، وقد تنوعت المجالات البحثية لهذه الدراسات، فبعضها ركز على التأثيرات المعرفية معتمداً على نظريات مثل: وضع الأولويات وفجوة المعرفة واكتساب المعرفة وتمثيل المعلومات، وبعضها ركز على تحليل مضمون التغطية الإخبارية للوقوف على أهم خصائصها، وركز بعضها على المقارنة بين خصائص المضمون الإخبارى فى التلفزيون وفى غيره من الوسائل، وركزت بعض الدراسات على التأثيرات الوجدانية للمواد الإخبارية متمثلة فى تأثيرها على اتجاهات الرأى العام وتقييمه لموضوعات شتى، وخاصة الموضوعات السياسية كتقييم أداء الحكومة والشخصيات السياسية العامة، ولكن هذا المجال الأخير يقل وجوده فى الدراسات العربية.

وتهتم حكومات الدول الديمقراطية بالتعرف على اتجاهات الرأى العام نحوها، ونحو أدائها، لما لهذه الاتجاهات من أهمية، حيث يعتمد عليها المسؤولون فى تصريف شئون الدولة، إذ يفترض أن القرارات المهمة فى الدول تبنى على اتجاهات الرأى العام فيها، وذلك لضمان رضا وقبول الجماهير لسياسات الحكومة وأدائها، وهذا الرضا وذلك القبول بدورهما يعدان مؤشراً على مدى شرعية الحكومة، فالشرعية فى أبسط معانيها تتضمن قبول المحكومين للحكومة القائمة ورضائهم عن أدائها والاعتقاد فى كونها أفضل ما يمكن للمجتمع.

وعلى الرغم من تعدد العوامل المؤثرة على الرأي العام مثل: التنشئة والدين والتعليم والثقافة والمصالح الشخصية ودعاية الجماعات الضاغطة والأحداث المهمة فإن معظم الحكومات تعتمد في التأثير على الرأي العام على وسائل الإعلام بشكل أساسي حيث تقوم بالتركيز على قضايا معينة مما يؤدي إلى زيادة اهتمام الرأي العام بهذه القضايا وأخذها في الاعتبار عند تقييم أداء الحكومة، وهذا هو جوهر نظرية التهيئة المعرفية Cognitive Priming التي تتخذها الدراسة منطلقاً نظرياً حيث إن الفرضية الرئيسية للنظرية تؤثر الأخبار التلفزيونية على المعايير التي يتم من خلالها تقييم للحكومات والرؤساء والسياسيات والمرشحين السياسيين، وذلك من خلال التركيز على بعض القضايا وإغفال البعض الآخر تتفق مع الهدف من الدراسة وتصلح للإجابة عن مشكلتها، كما أنها تتيح إجراء التطبيق على أكثر من مرحلة للمقارنة بين فترات التغطية المكثفة والتغطية غير المكثفة.

مشكلة الدراسة :-

- في ضوء ما ذهبت إليه كثير من الدراسات، في علم السياسة، من أن الشرعية تعتبر محدداً أساسياً لاستقرار الحكومة ولمدى تقبل الجمهور لها.
- وفي ضوء ما ذهبت إليه الدراسات أيضاً من كون الرأي العام واتجاهاته مقياساً لهذه الشرعية وعاملاً من عوامل ثباتها واستقرارها.
- وفي ضوء كون وسائل الإعلام - وبالتحديد التلفزيون - أحد أهم العوامل المؤثرة في الرأي العام واتجاهاته.
- وفي ضوء اعتبار الشباب - لاسيما الشباب الجامعي - أحد القطاعات المهمة في المجتمع نظراً لدوره المستقبلي من ناحية ونسبته في المجتمع من ناحية أخرى.
- في ضوء ذلك كله تكمن مشكلة الدراسة في قياس تأثير تعرض طلاب الجامعة للمواد الإخبارية - في فترات تركّز فيها هذه المواد على إنجازات الحكومة - على اتجاهاتهم نحو أداء الحكومة وذلك بالمقارنة مع اتجاهاتهم في فترات لا تركّز فيها هذه المواد على إنجازات الحكومة، وذلك وصولاً إلى تحديد دور المواد الإخبارية في تكوين اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة ومن ثم في

تدعيم أو زعزعة شرعيتها.

(أهداف الدراسة :-)

١. اختبار فروض نظرية التهيئة المعرفية Cognitive Priming فى المجتمع الطلابى المصرى للتعرف على مدى توافق هذه النظرية مع خصوصية المجتمع المصرى، المتمثلة فى اختلاف النظم الإعلامية والسياسية والثقافية والتي تختلف بالضرورة عن المجتمع الغربى الذى أجريت فيه دراسات التهيئة المعرفية.
٢. التعرف على أثر تركيز التليفزيون على قضية معينة - تقوم فيها الحكومة بدور رئيسى - فى تكوين اتجاهات إيجابية نحو أداء الحكومة.
٣. المقارنة بين اتجاهات طلاب الجامعة فى فترتين زمنيتين يكون هناك تركيز فى إحداهما على قضية إيجابية، وفى الفترة الثانية لا يكون هناك تركيز إعلامى على قضية إيجابية.
٤. التعرف على دور التليفزيون فى إقرار الشرعية السياسية Political Legitimacy وإذا ما كان يساعد على خلق ودعم الاعتقاد بأن المؤسسات السياسية الموجودة هى أكثر المؤسسات ملائمة للمجتمع أم لا.
٥. التعرف على دور التليفزيون فى التنمية السياسية لأن تكوين اتجاهات إيجابية نحو الحكومة يعتبر من متطلبات المشاركة السياسية التى تعد بدورها أحد أبعاد التنمية السياسية، فالفرد الذى تكون لديه اتجاهات سلبية نحو النظام السياسى عادة ما يحجم عن المشاركة السياسية.

تقسيم الدراسة:-

- يمكن عرض مخرجات الدراسة من خلال المبحثين التاليين:-
- المبحث الأول: الإطار النظرى للدراسة (نظرية التهيئة المعرفية).
- المبحث الثانى: الإطار التطبيقى للدراسة.

المبحث الخامس
الإطار النظري للدراسة
(نظرية التهيئة المعرفية)

قدم كل من شانتو إينجار ودونالد كايندر Shanto Iyengar & Donald Kinder مفهوم التهيئة Priming إلى مجال الإعلام السياسي عام ١٩٨٧ كامتداد وتطور لأدبيات وضع الأولويات Agenda - Setting، ومنذ ذلك الحين أجريت كثير من الدراسات التي أكدت على قدرة وسائل الإعلام على التهيئة أى قدرتها على إحداث تغيير فى آراء وسلوك الأفراد ليس لأنهم غيروا معتقداتهم وتقييماتهم للأشياء، ولكن لأنهم غيروا الأهمية النسبية التي يولونها للاعتبارات العديدة التي تشكل التقييم النهائي^(١).

وبينما يركز نموذج وضع الأولويات على التأثيرات المعرفية، يتجاوز نموذج التهيئة المعرفية ذلك إلى التأثيرات الوجدانية حيث يقول بتأثير الوسائل الإعلامية على اتجاهات الجمهور، ويذهب بعض الباحثين إلى أن "وضع الأولويات يعد وسيطاً معرفياً فى عملية التهيئة المعرفية، فيما أن تركيز وسائل الإعلام على قضية معينة يؤدي إلى وضعها فى أولويات الجمهور Agenda Setting، فإنه يترتب على ذلك أن يولى أفراد الجمهور هذه القضية أهمية أكبر عند تقييمهم لأداء الحكومة"^(٢).

وترجع فكرة التهيئة إلى الدليل القاطع فى مجال علم النفس على أن الناس حين يصدرون قراراتهم ولحكامهم نادراً ما يعتمدون على كل المعلومات المتاحة لديهم فهم يتجنبون هذا الإرهاق الذهني ويميلون إلى الاختزال Satisficing وليس إلى الشمول Optimizing... وعملية الاختزال هذه لا تنطبق فقط على التقييمات السياسية ولكنها تمتد إلى عمليات التقييم فى مختلف المجالات، وبالنسبة لتقييم أداء الحكومة فإنه - وفقاً لنظرية التهيئة - يقوم الأفراد باتباع أسلوب الاختزال حيث يعتمدون على مجموعة صغيرة من الموضوعات السياسية قريبة التناول^(٣). وتتطلب عملية التهيئة أن يكون هناك ارتباط وثيق بين موضوع التقييم وهو الهدف المقصود من عملية التهيئة (تقييم أداء الحكومة) والقصص الإخبارية التي تمثل المنير نفسه^(٤).

فإذا قامت وسائل الإعلام بتغطية القضايا والموضوعات المهمة - فعلياً - بالنسبة للدولة، فإنها بذلك تكون قد أسهمت فى إرساء العملية الديمقراطية فى المجتمع

(*) حصلت الباحثة على هذه الدراسة من خلال مراسلتها للباحثين عبر الإنترنت.

حيث تمد المواطنين بالمعلومات الضرورية لإصدار أحكام سياسية سليمة^(٥).

الفرض الرئيسى لنظرية التهيئة المعرفية: Cognitive Priming

الفرض النظرى:-

تؤثر الأخبار التليفزيونية على المعايير التى يتم من خلالها تقييم الحكومات والرؤساء والسياسات والمرشحين السياسيين، وذلك من خلال التركيز على بعض القضايا وإغفال البعض الآخر^(٦).

الفرض الإمبرىقى:-

كلما زاد تركيز الأخبار التليفزيونية على قضية معينة - أى كلما زادت التهيئة المعرفية لقضية معينة - فإن المشاهدين يعتمدون على ما يعرفونه عن هذه القضية فى تقييمهم العام للحكومات والرؤساء والسياسات والمرشحين السياسيين^(٧).

وهذا يعنى أن التغيير فى معايير التقييم لدى الجمهور يرجع إلى اختلاف محور تركيز وسائل الإعلام من فترة لآخرى، وبالتالي فالمشكلة أو القضية التى تركز عليها وسائل الإعلام فى فترة معينة تكون أكثر حضوراً فى أذهان الجمهور عند عمل تقييم معين، فعلى سبيل المثال، عندما تركز نشرات الأخبار على دور مصر فى عملية السلام، فالجمهور سيقوم الحكومة من خلال أدائها فى مجال السياسة الخارجية، وإذا ركزت الأخبار على إنشاء المشروعات الجديدة فإن الجمهور سيقوم الحكومة من خلال إنجازاتها فى هذا المجال.

ووفقاً لهذه النظرية فإن التغطية الإخبارية لقضية ما لا تزيد فقط من تأثير هذه القضية، ولكنها تزيد أيضاً من تأثير القضايا المرتبطة بها، كما أنها تقلل أحياناً من تأثير القضايا غير المرتبطة بها^(٨).

فعلى سبيل المثال، عندما تركز الأخبار على المشروعات التنموية الجديدة فلن ذلك يزيد من تأثيرها على تقييم الجمهور لأداء الحكومة كما يزيد من تأثير موضوعات مرتبطة بها مثل: تشغيل الشباب وحل أزمة الإسكان وزيادة معدلات الدخل القومى، ولكنه يقلل فى الوقت نفسه من أهمية موضوعات مثل: الرعاية

الصحية، ومستوى التعليم، ومعدلات الانحراف فى المجتمع.

وهناك افتراض متضمن فى نظرية التهيئة وهو أن معايير تقييم أداء الحكومة تظل ثابتة نسبياً أى أن التغيرات التى تحدث فى تقييم أداء الحكومة ترجع أساساً إلى التغير فى الأهمية النسبية التى يولها المواطنون للاعتبارات المختلفة التى يبنى على أساسها التقييم وليس إلى التغيرات الحقيقية فى هذه الاعتبارات... أى أن نظرية التهيئة تفترض أن التأثير الأساسى لوسائل الإعلام هو التفسير فى درجة بروز هذه الاعتبارات والمعايير^(٩).

ومن هنا فإن نظرية التهيئة المعرفية تحاول تقديم تفسير شامل ومقبول من وجهة النظر النفسية لكيفية تكوين المواطنين لتقييماتهم لأداء الحكومة وكيفية تعديلهم لتلك التقييمات... كما تحاول النظرية دراسة عمليات التغير التى تحدث فى التأيد الشعبى على مستوى المواطن الفرد^(١٠).

جذور النظرية فى علم النفس المعرفى :-

تستمد نظرية التهيئة المعرفية Cognitive Priming جذورها من علم النفس المعرفى^(١١)، حيث توجد مجموعتان من نظريات الذاكرة الدلالية تفسران عملية التهيئة المعرفية، وهما: نظريات الاستثارة المنتشرة Spreading Activation Theories ونظريات الإشارة المركبة... Compound - Cue Theories وحديثاً ظهرت نظرية أخرى يعزى إليها عملية التهيئة المعرفية وترتكز على الشبكات التوصيلية الموزعة Distributed Connectionist Networks^(١٢).

تطبيق نموذج الاستثارة المنتشرة فى مجال الإعلام :-

بتطبيق هذه الفكرة على المجال الإعلامى نجد أن الأفراد حينما يشاهدون أو يقرأون أو يسمعون عن حدث معين فى وسائل الإعلام فإن هذا الحدث، وهذه الأفكار بدورها يمكن أن تستثير أفكاراً أخرى مرتبطة دلاليًا بها، كما تثير الدوافع الأفراد للقيام بأفعال معينة^(١٣). فمثلاً عندما يتعرض الفرد لحملة دعائية انتخابية لمرشح معين فإنه يربط بين مزايا هذا المرشح والامتيازات التى يمكن أن يتمتع بها هو إذا فاز ذلك المرشح، وبالتالي فهو يكون تقييماً لهذا المرشح وبناءً عليه بنوى التصويت سواء له

أو ضده.

إن رد فعل أفراد الجمهور على الرسائل التي يقرأونها أو يسمعونها أو يشاهدونها عبر وسائل الإعلام يتوقف على أسلوب تفسيرهم لهذه الرسائل وبالتالي على الأفكار التي تمت استثارها من الذاكرة والتي تكون مرتبطة بهذه الرسائل الإعلامية^(١٦).

وبالنسبة لتطبيق نموذج الاستثارة المنتشرة على مجال تشكيل الاتجاهات وإجراء تقييم للأشياء، نجد أن الاتجاهات داخل الذاكرة هي عبارة عن ارتباطات بين موضوع الاتجاه وتقييم الفرد لهذا الموضوع^(١٧)، وتعد شدة العلاقة بين الموضوع والتقييم المرتبط به هو المحدد الأساسي لاحتمالية ورود التقييم بصورة تلقائية إلى ذهن الفرد عندما يواجه موضوع الاتجاه^(١٨).

ومن الأدلة الواضحة التي تبرهن على وجود عملية الاستثارة المنتشرة بين العقد التي تمثل الاتجاهات الأبحاث التي أجريت في مجال التعبير عن الاتجاهات السياسية حيث وجدت هذه الأبحاث أن تعبير الفرد عن اتجاهه نحو بعض القضايا السياسية سيزيد من سرعة استجابته لسؤال عن اتجاهه السياسي نحو قضية أخرى مرتبطة بتلك القضايا إذا سئل عن اتجاهه هذا في فترة زمنية متقاربة^(١٩).

كيف تتم عملية التقييم ؟

هناك أسلوبان يتم عن طريقهما تقييم الأشياء والموضوعات المختلفة، وهما:-

١. التقييم المؤجل (القائم على الذاكرة) Memory-Based Judgment.

٢. التقييم الفوري (الإنطباعي) On-Line (Impression-Driven).

ويتم التمييز بين هذين الأسلوبين بناء على مصدر المعلومات التي تستخدم كمدخلات في عملية التقييم.

أولاً: التقييم القائم على الذاكرة (المؤجل) Memory-based Judgment

يفترض هذا الأسلوب وجود علاقة بين الذاكرة والتقييم، وقد أمدتنا أدبيات علم النفس المعرفي بالعديد من نماذج الذاكرة - التقييم، ويمكن تقسيم هذه النماذج إلى ثلاث

فئات وفقاً للأولوية السببية سواء كانت للذاكرة أو للتقييم.

أ- نماذج الاستقلال (اللا أولوية) Independence (No Priority).

ب- نماذج أولوية الذاكرة Memory Causes Judgment.

ج- نماذج أولوية التقييم Judgment Causes Memory.

وتعد الفئة الثانية هي الأكثر انتشاراً، ويعتبر نموذج الإتاحة هو أشهر نماذج هذه المجموعة والذي يفترض أن المعلومات المتاحة في الذاكرة هي التى يبنى عليها التقييم.

ثانياً: التقييم الفوري: On-Line Judgment

ويطلق على هذا النوع أحياناً التقييم الانطباعي Impression-Driven^(١٨)، ويطلق عليه أيضاً التقييم التلقائي Spontaneous حيث عادة ما يصدر الناس كثيراً من تقييماتهم تلقائياً دون الانتظار أن تطلب منهم ذلك فى استفتاء للرأى أو غيره.

وتتركز النقطة الأساسية فى فهم نموذج التقييم الفوري حول مفهوم عداد التقييم Evaluation Counter أو ماكينة التقييم Judgement Operator حيث يتم تشبيه هذه العملية بالماكينة التى تقوم بدمج المعلومات فى الذاكرة العاملة والخروج بتقييم معين فأناس عندما يتعرضون لمعلومات جديدة يستدعون عداد التقييم من الذاكرة ويقومون بتحديث التقييم الموجود بالفعل بإضافة المعلومات الجديدة، وبعد ذلك يخزنون التقييم بصورته الجديدة فى الذاكرة طويلة المدى ثم يتناسون الجزئيات الفعلية التى كونت هذا التقييم لتخفيض الأعباء الفكرية عن ذاكراتهم فيما يعرف باسم "الاقتصاد المعرفى" Cognitive Economy، وبالتالي فهؤلاء الأفراد تكون لديهم القدرة على أن يقولوا إلى أى مدى يحبون أو يكرهون كتاباً معيناً أو فيلاً سينمائياً أو مرشحاً أو سياسة ما دون أن تكون لديهم القدرة على ذكر جميع الأسباب بدقة... ويتضح لنا أن التقييم الفوري أكثر فاعلية من التقييم المؤجل القائم على الذاكرة حيث إن الشخص يكوّن التقييم بصورة مباشرة بمجرد أن يتعرض للمعلومات المتعلقة بالتقييم ويقوم بتحديث التقييم بصورة مستمرة دون الحاجة إلى تخزين كل المعلومات التى يتعرض لها فى الذاكرة

طويلة المدى ثم استرجاعها عند الطلب والتفكير فيها لإصدار التقييم^(١٩).

ولكن ما هي الظروف التي تؤدي إلى حدوث كل أسلوب من أساليب التقييم؟

إن المتغير الحاسم في هذه العملية هو هدف الفرد عندما يتعرض للمعلومات في البديلة؛ فإذا كان - وهذا هو الغالب - الفرد يتعرض للمعلومات بهدف ضمنى أو ظاهر يمثل في تكوين حكم أو تقييم ما فإن أسلوب التقييم الفوري هو الذى يحدث فى هذه الحالة، وعلى الجانب الآخر، إذا كان هدف الفرد هو تذكر أكبر كم ممكن من المعلومات كما هو الحال في بعض الدراسات التجريبية (وإن كان ذلك نادراً في الظروف الواقعية)، أو يحدث إذا كان الفرد قد تعرض للمعلومات دون هدف محدد في ذهنه وبالتالي فعندما يسأل بعد ذلك عن تقييمه لشيء مرتبط بهذه المعلومات فإنه يحاول استرجاع المعلومات التي قد تكون متاحة في ذهنه عن الموضوع ليبنى عليها التقييم^(٢٠)، ولذلك فإن أضمن وسيلة للحصول على تقييم مبنى على الذاكرة هو مفاجأة الفرد بأن نطلب منه تقييماً جديداً لا يرتبط ولا يحتمل أن يرتبط بتقييم سابق يكون قد كونه بالأسلوب الفوري، ولكن ذلك صعب التحقيق في الواقع الفعلي.

وبالتطبيق على موضوع الدراسة، نجد أن تقييم الأفراد لأداء الحكومة يتم في الغالب بالأسلوب الفوري، حيث إنه مع الوقت كلما يلتقط الأفراد معلومات جديدة عن الحكومة فإن ذلك يستثير لديهم صفات معينة وبالتالي سيكونون استنتاجات معينة عن أدائها مما يؤدي إلى تطوير تدريجي لتقييم أداء الحكومة.

المفاهيم الأساسية للنظرية-

(١) **البروز :- Saliience**

البروز Saliience هو أن تشغل قضية ما النصيب الأكبر من المصادر الإعلامية المتاحة على الساحة العامة Public Arena خلال فترة زمنية محددة وتسمى هذه القضية Issue Regime أى القضية المسيطرة.

والساحة العامة: Public Arena هي إجمالي القنوات والبرامج والأجهزة التي يتم من خلالها تناول العام للقضايا السياسية العامة والأحداث المتعلقة بصنع السياسة.

الفصل الثالث = نظريات الراى العام

وهناك معياران إجرائيان يجب توفرهما فى القضية لتكون قضية مسيطرة Issue Regime وهما:-

(أ) أن تشغل القضية النصيب الأكبر من التغطية الإعلامية مقارنة بغيرها من القضايا.

(ب) أن تعتبرها النسبة الكبرى من الجماهير القضية (أو المشكلة) الأكثر أهمية التى تواجه الدولة مقارنة بغيرها من القضايا^(١١).

وقد أثبتت الدراسات فى مجالى علم النفس والإعلام السياسى أن الاتجاهات التى يعبر عنها الأفراد فى استقصاء الراى تعكس الأفكار الموجودة فى مقدمة أذهانهم لحظة الإجابة، وتلك الأفكار بدورها تعكس المعلومات الأكثر بروزاً فى تلك المرحلة الزمنية^(١٢) وهى التى تركز عليها وسائل الإعلام.

وبالنسبة للقضايا السياسية، فإن القضية التى تغتلب فى الوصول إلى أولويات الراى العام (عن طريق وسائل الإعلام)، لا يحتمل أن تكون معياراً مهماً فى التقييم، بغض النظر عن أهمية هذه القضية بالنسبة للفرد^(١٣). فعلى سبيل المثال: قضية الرعاية الصحية داخل المستشفيات قضية مهمة ولكن عدم تركيز وسائل الإعلام عليها فى كثير من الأوقات لا يجعلها ضمن أولويات الراى العام عند تقييم الحكومة. وقد اعتبر عامل البروز لفترات طويلة - ولا يزال - عاملاً جوهرياً فى تفسير تأثيرات القضايا على التقييمات السياسية^(١٤).

العوامل المؤثرة على إحداث تأثير البروز:

- أ- طبيعة القضية: هل القضية تهم قطاعاً كبيراً من الناس أم قطاعاً محدوداً؟ هل القضية قديمة أم حديثة الظهور؟
- ب- طبيعة الأحداث الأخرى المحيطة بالقضية البارزة: فإذا كانت الأحداث المحيطة أقل أهمية فإن ذلك يزيد من تأثير القضية البارزة.
- ج- حجم وطبيعة التغطية الإخبارية للقضية.
- د- الأهمية المدركة للقضية.

٢- إمكانية الاسترجاع: Accessibility

يعرف مفهوم إمكانية الاسترجاع بأنه مدى الاستعداد لاسترجاع بناء مختزن في الذاكرة، ومدى احتمال استخدامه في معالجة المعلومات، ويوجد، حديثاً، اتجاه متزايد لاستخدام مصطلحي (إمكانية الاسترجاع) Accessibility و (الإتاحة) Availability بصورة متبادلة، وإن كان هناك فرق واضح بينهما وهو أن (إمكانية الاسترجاع) تشير إلى الاستعداد لاسترجاع بناء مختزن في الذاكرة واستخدامه في معالجة المعلومات، بينما (الإتاحة) يقصد بها تواجد بناء معين في الذاكرة^(٢٥)، فتركيز وسائل الإعلام على قضايا سياسية معينة، يزيد من إمكانية استرجاع Accessibility أفكار معينة يعتمد عليها الأفراد في إصدار تقييماتهم السياسية^(٢٦).

كذلك فإن تغطية وسائل الإعلام لمشكلة معينة تمد الجمهور بمعلومات تكون أكثر حضوراً في الأذهان لحدوثها بالإضافة إلى ذلك فإن هذه التغطية تدفع الجمهور لاسترجاع المعلومات التي عرفوها قبل ذلك عن المشكلة، وبالتالي فإن المعلومات التي تم اكتسابها مؤخراً وتلك التي اكتسبت في وقت سابق تصبح حاضرة في ذهن وبالتالي أكثر تأثيراً^(٢٧).

٣- مفهوم النغمة الغالبة (الرسالة الأساسية): The Big Message

في كل قضية مهيمنة تكون هناك نغمة أو نية غالبة والتي يمكن تسميتها من وجهة نظر إقناعية "الرسالة الأساسية" Big Message... ويميل أفراد الجمهور العام إلى النقاط النغمة التقييمية الغالبة من إجمالي التغطية الإعلامية لأي قضية مهيمنة، وذلك بدلاً من القيام بالتحري الدقيق وتحليل ما يرد بوسائل الإعلام^(٢٨).

ويتشابه هذا المفهوم مع مفهوم الاتجاه السائد Mainstream في نظرية الغرس الثقافي، والذي يشر إلى أن التلفزيون يغرس رؤية عامة بين المشاهدين حيث يمتص وجهات النظر المتعارضة ويخلق بدلاً منها وجهات نظر متقاربة تمثل اتجاهات سائدة بين الناس^(٢٩).

وتعد الزيادة في درجة بروز قضية معينة، و بروز النغمة الغالبة المرتبطة بالقضية عاملين مهمين في تشكيل الآراء والأحكام حول الحكومة وأدائها حيث تخضع

الفصل الثالث نظريات الرأى العام

هذه الآراء والأحكام لميكانيزم التهيئة للمعرفة^(٢٠).

٤- مفهوم النسبة: - Attribution

يرجع مفهوم النسبة إلى نظرية النسبة Attribution فى علم النفس الاجتماعى، والتي تمثنا بتفسير لكيفية قيام الأفراد بتفسير المواقف المحيرة التي يواجهونها فى حياتهم اليومية^(٢١)، أى كيف يرجعون هذه المواقف إلى أسباب محددة.

ويرى كيلي (١٩٧٢) Kelley أن الشخص الناضج لديه مخزون كبير من الأفكار المجردة المتعلقة بعمل وتفاعل العوامل السببية، وهذه الأفكار تساعد على إجراء تحليلات سريعة للمعلومات المتاحة لديه لنسبة الأحداث إلى أسبابها الرئيسة^(٢٢) يتم تقسيم مستويات المسؤولية إلى:

أ- حالة الإسقاط Discounting Condition: هى الحالة التي يتم فيها نسبة المسؤولية عن الأحداث إلى قوى وعوامل أخرى غير الحكومة (أى حالة إسقاط المسؤولية عن الحكومة).

ب- حالة اللأ أدري Agnostic Condition: هى الحالة التي لا يتم فيها الإشارة إلى الجهة المسؤولة عن الأحداث.

ج- حالة التضخيم Augmentation Condition: هى الحالة التي يتم فيها نسبة المسؤولية كاملة إلى الحكومة^(٢٣).

ويلاحظ أن التغطية الإخبارية التي تغفل الإشارة إلى مدى مسؤولية الحكومة تخلق لدى الجمهور نوعاً من الشك وعدم التيقن من مستوى الأداء الحكومي ودرجة كفاءته^(٢٤).

٥- مفهوم الملاءمة: - Relevance

المقصود بالملاءمة هو الملاءمة بين موضوع القصص الإخبارية التي يتم التعرض لها والهدف موضع التقييم، فقصص إخبارية عن افتتاح الحكومة لمشروعات تنموية جديدة أكثر ارتباطاً بأداء الحكومة، ولذلك قد نجد ارتباطاً بين تقييم هذا الحدث والتقييم العام لأداء الحكومة ولكن ينخفض هذا الارتباط بعض الشيء إذا كان الهدف

تقييم كفاءة أفراد الحكومة، وينخفض أكثر إذا كان الهدف موضع التقييم هو أخلاقيات أفراد الحكومة، والكفاءة والأخلاقيات هي خصائص شخصية لأعضاء الحكومة ترتبط بالأداء^(٣٥).

وقد وجدت الدراسات أنه في كل حملة دعائية انتخابية يكون التركيز على الخصائص الشخصية للمرشحين، حتى لو ركزت الحملة على قضايا فإنها تتناول هذه القضايا من منطلق ما تبرزه هذه القضايا من خصائص الشخصيات المرشحة^(٣٦).

فرضيات النظرية:-

(١) فرضية إمكانية الاسترجاع:- The Accessibility Hypothesis

كلما زادت إمكانية استرجاع تقييم الأداء الخاص بقضية ما في ذاكرة الفرد، زاد تأثير هذا التقييم على تقييم الأداء العام^(٣٧).

(٢) فرضية الملاءمة:- The Relevance Hypothesis

إن تأثير التهيئة المعرفية Cognitive priming يكون قوياً في حالة تقييم الأداء العام للحكومة، ومتوسطاً في حالة الحكم على كفاءة أفراد الحكومة، وضعيفاً في حالة الحكم على أخلاقيات أفراد الحكومة^(٣٨).

(٣) فرضية المسؤولية:- The Responsibility Hypothesis

كلما فسرت التغطية الإخبارية التليفزيونية الأحداث باعتبارها نتاج أعمال الحكومة، زاد تأثير هذه التغطية على تقييم الجمهور لأداء الحكومة^(٣٩).

ووفقاً لهذه الفرضية فإن تأثير التهيئة المعرفية Cognitive Priming يتحدد وفقاً لمستويات المسؤولية حيث يكون ضعيفاً في حالة الإسقاط Discounting Condition وهي الحالة التي يتم فيها نسبة المسؤولية عن الأحداث إلى قوى وعوامل أخرى غير الحكومة، ويكون تأثير التهيئة المعرفية متوسطاً في حالة اللا أدري Agnostic Condition وهي الحالة التي لا يتم فيها الإشارة إلى الجهة المسؤولة عن الأحداث، بينما يكون التأثير قوياً في حالة التضخم Augmentation Condition وهي الحالة التي يتم فيها نسبة المسؤولية كاملة إلى الحكومة^(٤٠).

الفصل الثالث نظريات الرأي العام

متغيرات النظرية:-

هناك منظوران أساسيان لتفسير تأثير متغيرات التعرض والمعرفة السياسية والاهتمام السياسي، وتمثل هذه المتغيرات الأبعاد الثلاثة للانغماس السياسي، وهي أكثر المتغيرات التي تم قياسها في دراسات التهيئة المعرفية، ولذلك كانت محور اهتمام كلا المنظورين.

المنظور الأول: منظور (الجرعة - المقاومة) التقليدي:-

The Traditional Dosage-Resistance Perspective:

وهذا المنظور يؤيده علماء السياسة الأمريكيون من خلال أبحاثهم الإمبريقية في الرأي العام منذ خمسينيات القرن العشرين، ويفترض هذا المنظور أنه يمكننا فهم تأثير وسائل الإعلام من خلال عاملين منظمين Regulatory Factors وهما: الجرعة والمقاومة^(٤١)، والمقصود بالجرعة هو ناتج اتحاد عاملي التعرض للمادة الإخبارية في وسائل الإعلام ودرجة الاهتمام السياسي^(٤٢).

وتتنمى نماذج (الجرعة - المقاومة) إلى نظريات الإقناع المباشر، وتتنص على أن درجة التعرض لمصادر المعلومات السائدة تختلف بصورة كبيرة من فرد لآخر، كما تختلف عبر الفترات الزمنية المختلفة^(٤٣).

المنظور الثاني: المنظور النفسي الحديث:-

The Contemporary Psychological Perspective:-

وهذا المنظور يؤيده الأبحاث الحديثة في مجال علم النفس الاجتماعي والمعرفي والمتعلقة بالذاكرة وتمثيل المعلومات، ويفترض هذا المنظور أن تأثير التهيئة المعرفية يكون ضعيفاً بين الأفراد الأكثر تعرضاً واهتماماً بالسياسة، بينما يكون قوياً بين الأفراد ذوي مستويات المعرفة السياسية المرتفعة عنه بين ذوي مستويات المعرفة السياسية المنخفضة^(٤٤).

متغير التعرض لوسائل الإعلام:- Media Exposure

هل العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وتأثير التهيئة المعرفية علاقة إيجابية

أم سلبية ؟ يوجد منظوران للإجابة عن هذا السؤال:

المنظور الأول:

يرجع كل من إينجار وكيندر (١٩٨٧) Iyengar & Kinder تأثير التهيئة المعرفية إلى عامل التعرض بصورة مباشرة، حيث يعتبران محتوى وسائل الإعلام هو السبب المباشر في إحداث هذا التأثير، وعلى هذا الأساس، فكلما زاد معدل التعرض للتغطية الإخبارية للقضية المسيطرة Issue Regime، زادت عملية التهيئة المعرفية أى زادت درجة استثارة العناصر الفكرية المرتبطة بالقضية^(٤٥).

ويمكن تبرير هذا الرأى بأن كثيفى التعرض للوسائل الإعلامية سيكونون من الحساسية بحيث يمكنهم ملاحظة بروز رسالة جديدة فى بداية انتشارها وملاحظة المنلول الذى تحمله الرسالة، وبالتالي فهؤلاء الأفراد سيبدرون بتحويل محور اهتمامهم من قضية أصبحت فى مرحلة الانحصار إلى قضية جديدة أخذت فى البروز^(٤٦).

وبهذا فإن زيادة التعرض للتخصص الإخبارية التى تتناول مشكلة معينة يزيد من الأهمية التى يوليها الجمهور لهذه المشكلة، ويترتب على ذلك أنهم قد يقررون أن يمنحوا هذه المشكلة وزناً أكبر عند تقييمهم لأداء الحكومة، وهم قد يفعلون ذلك عن وعى أو دون وعى^(٤٧).

المنظور الثانى:-

يرى كروسنيك وبرانون (١٩٩٣) Krosnick and Brannon أن الأفراد ذوى معدلات التعرض المنخفضة يظهر عليهم تأثير التهيئة المعرفية بصورة أكبر لأنهم يلتقطون فقط الرسالة الأساسية أو النغمة الغالبة Big Message من الوسائل الإعلامية دون الالتفات إلى التفاصيل، ويميل هؤلاء الأفراد إلى إصدار أحكامهم عندما يطلب منهم ذلك من خلال استرجاعهم لهذه المعلومات القليلة التى تشكل النغمة الغالبة Big Message (أى أنهم يعتمدون فى إصدار أحكامهم وعمل تقييماتهم للأشياء على الذاكرة Memory-Based Judgment وليس على الأسلوب الفورى On-Line Judgement الذى تكون فيه الأحكام جاهزة فى أذهانهم^(٤٨)).

الفصل الثالث نظريات الراى العام

ويتعارض رأى كروسنيك وبرانون Krosnick & Brannon مع مفهوم الرسالة الأساسية الذى يقول بأن التعرض المتكرر لوسائل الإعلام هو الذى يساعد على إبراز هذه الرسالة.

المتغيرات الوسيطة:-

يعتمد تأثير التهيئة المعرفية على كل من أسلوب تقديم الأخبار وسمات الجمهور^(٤٩).

ولهذا يوجد نوعان من المتغيرات الوسيطة:-

النوع الأول: هو المتغيرات الخاصة بالرسائل مثل كثافة الرسالة Message Intensity، حيوية الرسالة Vividness، انتشار الرسالة Pervasiveness، وسهولة فهم الرسالة Ease of Comprehension، ودرجة تحيز الرسالة^(٥٠) Degree of Partisanship، وإطار تغطية الأخبار، وإذا ما كانت الأخبار تتسبب مسئولية الحدث إلى الحكومة أو إلى أى جهة أخرى.

النوع الثانى: هو المتغيرات الخاصة بالجمهور: الانغماس السياسى Political Involvement المعرفة السياسية (الخبرة) Political Knowledge (expertise)، الاهتمام السياسى Political Interest، التنصب Partisanship، الانتماء الحزبى Party Identification، الثقة فى الوسيلة Media Trust، المتغيرات الديموغرافية، مستوى الذكاء، تقدير الذات.

الدراسات السابقة:

تم تقسيم الدراسات السابقة وفقاً لمتغيرات النظرية على النحو الآتى:

متغير التعرض:-

أيدت معظم الدراسات اتجاه (الجرعة - المقاومة) التقليدى حيث توصلت نتائجها إلى وجود علاقة طردية بين حجم التعرض وتأثير التهيئة المعرفية، ويتضح ذلك من عرض الدراسات التالية التى تنقسم من حيث منهجها إلى دراسات تجريبية ودراسات مسحية:

الدراسات التجريبية:-

- فى دراسة لديفيد دومك David Domke وآخرين (١٩٩٨) استهدفت التعرف على تأثير التعرض لقضايا أخلاقية وجد الباحثون أن الأفراد الذين تم تعريضهم لقضية تحمل دلالات اجتماعية - أخلاقية مثل: الإجهاض أو القتل الرحيم زاد اهتمامهم بالنواحي الأخلاقية عند تقييمهم للمرشحين السياسيين، كما وجد الباحثون أن تعرض المبحوثين لقضية غامضة تم صياغتها فى إطار أخلاقى مثل: قضية الرعاية الصحية جعلهم يميلون إلى صياغة تفسيرات أخلاقية لقضايا مادية بعيدة عن الإطار الأخلاقى على عكس الأفراد الذين لم يتعرضوا لقضية مصاغة فى إطار أخلاقى^(٥١).
- وفى دراسة لشانتو إينجار Shanto Iyengar (١٩٩٨) لمعرفة تأثير التعرض للأخبار التلفزيونية المحلية (والتي تركز على أخبار الجريمة فى المقام الأول) وجد أن المشاهدين أصبحوا أكثر اعتماداً على آرائهم ومعتقداتهم عن الجريمة عند تشكيل اتجاهاتهم السياسية بصفة عامة^(٥٢).
- وفى دراسة جوان ميللر وجون كروسنيك Joanne Miller & Jon Krosnick (١٩٩٨)، وجدوا أن تعرض المبحوثين (بلغ عددهم ٢٨٦ وتراوح أعمارهم بين ١٧-٣٥ عاماً) لموضوعات تعاطى المخدرات والهجرة جعلهم يتأثرون بهذه الموضوعات عند تقييمهم للأداء العام للرئيس بيل كلينتون^(٥٣).
- وقد أجرى جوان شلندر Joanne Schleuder وآخرون (١٩٩١) أربع دراسات تجريبية لقياس تأثير التعرض على عملية التهيئة المعرفية، وقد أجريت هذه التجارب خلال العشرين يوماً السابقة على الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام ١٩٨٨ على ١٧٦ مبحوثاً منهم ١٣٤ طالب جامعى والباقيون ينتمون لمنظمات اجتماعية فى ولاية تكساس، وقد وجد الباحثون فى التجربة الأولى أن تأثير التهيئة المعرفية أكبر بالنسبة للأفراد الذين تعرضوا لقصص إخبارية عن المرشح دوكاكس Dukakis عن المجموعة الضابطة التى لم تتعرض لهذه القصص، ولكن لم تظهر هذه النتيجة فى التجربة الثانية التى تعرض فيها المبحوثون فى

الفصل الثالث نظريات الرأى العام

المجموعة التجريبية لأربع قصص عن الرئيس بوش، ويرجع الباحثون هذه النتيجة إلى أن الحملة الانتخابية لبوش ركزت على المقارنة بينه وبين دوكاكس، ومن ثم فإن التعرض لقصص إخبارية عن بوش استثار لدى المبحوثين معلوماتهم عن دوكاكس، وفي التجربة الثالثة أثر التعرض لقصص إخبارية عن القدرة القيادية للمرشحين إلى زيادة التهيئة المعرفية الخاصة بقضايا مرتبطة بهذا الموضوع، وفي التجربة الرابعة كان التعرض لقصص إخبارية عن الاقتصاد أثر في زيادة التهيئة المعرفية للقضايا الاقتصادية^(٥٤).

الدراسات المسحية :-

- في دراسة زونجدلج بلن وجيرالد كوسيكى (Zhongdang Pan & Gerald Kosicki) التى استهدفت التعرف على تأثير التحول من التركيز على قضية معينة (أزمة الخليج) إلى قضية أخرى (الركود الاقتصادى) على تقييم الجمهور لأداء الرئيس جورج بوش، وجد الباحثان علاقة بين ارتفاع معدل التعرض لوسائل الإعلام وارتفاع معدلات التأييد للرئيس أثناء حرب الخليج، كما وجدت الدراسة علاقة بين ارتفاع معدلات التعرض لوسائل الإعلام وانخفاض معدلات التأييد له أثناء فترة الركود الاقتصادى، فبعد أن كان الرئيس بوش من أكثر الرؤساء شعبية على مستوى استطلاعات الرأى أصبح يعاني نكسة كبيرة أثرت على استمراره فترة رئاسة تالية فى البيت الأبيض^(٥٥).
- وعن تأثير التعرض للتغطية الإخبارية لأزمة الخليج على شعبية الرئيس جورج بوش، وجد كل من شافتو لينجار وآدم سيمون (١٩٩٣) أن هذه التغطية الإخبارية أدت إلى تغيير المعيار الذى تبنى عليه شعبية الرئيس بوش من حالة الاقتصاد الوطنى إلى أمور السياسة الخارجية فقد أدى تقييم المبحوثين الإيجابى لدور بوش فى السياسة الخارجية إلى زيادة اتجاهاتهم الإيجابية عن الرئيس بشكل عام حيث كانت درجة التأييد له قبل الأزمة ٦٤% وارتفعت إلى ٧١% مع تغطية الأزمة^(٥٦).
- وفى الدراسة التى قام بها روبرت جوبرت Robert Gobert وآخرون لمعرفة

تأثير الدعاية الانتخابية الرئاسية (١٩٩٢) والتي ركزت على الركود الاقتصادي في عهد الرئيس جورج بوش، وجد الباحثون أن ارتفاع معدلات التعرض تزيد من تأثير التهيئة المعرفية أي أنها جعلت المواطنين يعطون الوضع الاقتصادي أهمية أكبر عند تقييمهم للرئيس بوش ومقارنته بمنافسه الديمقراطي بيل كلينتون^(٥٧).

- في الدراسة التي أجراها جون كروسنيك ودونالد كايندر (١٩٩٠) (على عينة عشوائية بلغ عددها ٢١٧٦ مبحوثاً في سن الانتخاب) وحاولاً فيها التعرف على أثر فضيحة (إيران - كونترا)^(٥٨) على التأييد الشعبي للرئيس الأمريكي رونالد ريغان، وجدوا أن التعرض للتغطية الإخبارية التي ركزت على الفضيحة كان له تأثير سلبي على تقييم المبحوثين للرئيس، وقد كان الارتباط بين التركيز على هذه الفضيحة وتقييم المبحوثين للأداء العام للرئيس أكبر من الارتباط بين التركيز على الفضيحة وتقييمهم لشخصية الرئيس، وهذا ما تقوله فرضية الملاءمة Relevance^(٥٨).

- وفي دراسة مسحية أجراها ماثيو ميندلزون Matthew Mendelsohn لمعرفة تأثير التعرض لحملة الانتخابات في كندا (١٩٨٨)، وجد أن الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام كانوا يميلون إلى التصويت بناء على تقييمهم لشخصيات المرشحين وليس بناء على انتماءات المرشحين الحزبية، ويرجع ميندلزون السبب في ذلك إلى تركيز وسائل الإعلام في كندا على شخصيات المرشحين حتى عند تناولها لقضية معينة^(٥٩).

- وفي دراسة أخرى على الانتخابات نفسها أجراها بلايز جونسون Blais Johnson

(٥٧) فضيحة (إيران - كونترا) تضمنت صفقة سرية لبيع السلاح لإيران أثناء الحرب العراقية - الإيرانية رغم وجود قانون أقره الكونجرس بمنع قيام الولايات المتحدة ببيع الأسلحة للدول التي ترعى الإرهاب، وكان هدف الرئيس رونالد ريغان من ذلك قيام إيران بمساعدته في الإفراج عن الرهائن الأمريكيين لدى حزب الله الشيعي في لبنان، وقد استغل ريغان أموال الصفقة في تمويل عملية الإطاحة بالحكومة في نيكاراغوا.

وأخرون وجدوا أن تعرض الجمهور لوسائل الإعلام خلال فترة الحملة الانتخابية التي ركزت على قضية اتفاقية التجارة الحرة بين كندا والولايات المتحدة جعل هؤلاء الأفراد يصدرون قراراتهم الانتخابية بالتصويت لأحد المرشحين دون الآخر بناء على تقييمهم لموقف كل مرشح من القضية، أي أن هذه القضية أصبحت معياراً لتقييم المرشحين الذين تسابقوا لتوضيح موقفهم من القضية^(١٠).

• وعن تأثير التركيز على أحداث مهمة مثل: الحروب على شعبية بعض الرؤساء، وجد جون مولر John Mueller أن الحرب الكورية كان لها تأثير سلبي كبير على شعبية الرئيس ترومان، بينما وجد أن حرب فيتنام لم يكن لها تأثير على تقييم الرئيس جونسون ويرجع ذلك إلى أن الرئيس ترومان لم يكن قادراً على إبعاد الحرب عن الصراعات الحزبية^(١١).

• وبالرغم من اتفاق جميع الدراسات التي تم عرضها على وجود علاقة طردية بين حجم التعرض وتأثير التهيئة المعرفية إلا أن هناك دراسة واحدة لجون كروسنيك ولورا برانن (١٩٩٣) توصلت إلى عكس هذه النتيجة فقد حاولا التعرف على تأثير حرب الخليج على تقييم الأمريكيين لأداء الرئيس بوش، ووجدوا ارتفاعاً كبيراً في معدلات تأييد الرئيس بعد الحرب، ولكن هذا التأثير ينخفض مع ارتفاع معدلات التعرض^(١٢). ويمكن تفسير اختلاف نتيجة كروسنيك وبرانن بأن الدراسة تم إجراؤها بعد عدة شهور من انتهاء الحرب والتغطية المكثفة لها، وبالتالي فإن الأفراد كثفوا التعرض للأخبار تعرضوا لموضوعات أخرى بعد الحرب أدت إلى تخفيف تأثير التهيئة المعرفية الذي أحدثته الحرب بينما الأقل في معدلات التعرض للأخبار لم يتعرضوا بالدرجة نفسها لهذه الموضوعات فظل تأثير الحرب قائماً في أذهانهم.

المتغيرات الوسيطة:-

١ - متغير المعرفة السياسية: Political Knowledge Variable

اختلفت الدراسات حول تأثير متغير المعرفة السياسية على عملية التهيئة المعرفية، وذلك على النحو الآتي:

- في دراسة جون كروسنيك ودونالد كايندر (١٩٩٠) Jon Krosnick & Donald Kinder التي استهدفت التعرف على أثر فضيحة (إيران - كونترا) على التأييد الشعبي للرئيس الأمريكي رونالد ريغان، توصلت إلى أن التأثير السلبي للفضيحة على تقييم المبحوثين للرئيس الأمريكي كان أكثر ظهوراً في تقييم ذوي المستويات المنخفضة في المعرفة السياسية عنه في تقييم ذوي المستويات المرتفعة في المعرفة السياسية^(١٧).
- وفي دراسة شانتو اينجار وآخريين (١٩٨٤) Shanto Iyengar et al. التي استهدفت معرفة تأثير تعرض مجموعات من الجمهور العام لمشكلة معينة على معايير تقييم الرئيس الأمريكي، وجد الباحثون أن تأثير التغطية الإخبارية لمشكلة معينة على معايير تقييم الرئيس أكثر ظهوراً بين الأفراد الأقل في مستوى المعرفة السياسية عنه بين الأفراد الأعلى في مستوى المعرفة السياسية^(١٨).
- وتتفق النتائج السابقة مع منظور (الجرعة - المقاومة) التقليدي الذي يقول بوجود علاقة عكسية بين مستوى المعرفة السياسية وتأثير التهيئة المعرفية. ولكن هناك دراسات أخرى اختلفت نتائجها مع المنظور التقليدي وأيدت المنظور النفسى الحديث، ويتضح ذلك فيما يلي:-
- في دراسة جون كروسنيك ولورا برانسون (١٩٩٣) Jon Krosnick & Laura Brannon عن تأثير حرب الخليج على تقييم الرئيس الأمريكي جورج بوش، وجد الباحثان أن هناك علاقة طردية بين مستوى المعرفة السياسية وتأثير التهيئة المعرفية^(١٩)، وقد أكد الباحثان هذه النتيجة في دراسة أخرى لهما على الموضوع نفسه^(٢٠).

وقد تم تفسير هذه النتيجة في ضوء ما يلي:

١. إن حرب الخليج كانت قضية جديدة مثيرة وقصيرة نسبياً في الفترة الزمنية التي شغلتها، وفي هذه الحالات فإن الأكثر معرفة سياسية يكون لديهم من الإطار المعرفي ما يؤهلهم لتخزين واسترجاع المعلومات الجديدة، بينما في القضايا القديمة دائمة الحدوث مثل: الاقتصاد، فإنه حتى ذوي مستويات المعرفة المتوسطة

يكون لديهم إطار معرفى يؤهلهم لتخزين واسترجاع المعلومات الجديدة، وبالتالي فإن النتائج التى وجدها كروسنيك وبرانون (١٩٩٣) قد لا تظهر فى دراسات أخرى تتناول أحداثاً اقتصادية مثلاً.

٧. معظم دراسات التهيئة المعرفية ركزت على أحداث قريبة الحدوث، بينما الفجوة الزمنية بين حرب الخليج وانتخابات ١٩٩٢ التى أجريت خلالها الدراسة كانت كبيرة نسبياً مما جعل الأكثر معرفة هم الأكثر قدرة على استرجاع المعلومات التى قدمتها وسائل الإعلام وبالتالي ظهر عليهم تأثير التهيئة المعرفية بصورة أكبر^(١٧). ولكن هناك دراسات أخرى توصلت إلى النتيجة نفسها التى توصل إليها كروسنيك وبرانون رغم أنها طبقت على موضوعات أخرى، ومن هذه الدراسات:-

- الدراسة التجريبية التى أجراها كل من جوان ميللر وجون كروسنيك (١٩٩٨) Joanne Miller & Jon Krosnick حيث قاما بتقسيم المبحوثين إلى مجموعات بعضها تعرض لقصص إخبارية ركزت على قضية الهجرة وبعضها تعرض لقصص إخبارية ركزت على قضية تعاطى المخدرات، وقد وجد الباحثان أن تأثير التهيئة المعرفية كان أكبر بين الأفراد الأعلى فى مستوى المعرفة السياسية^(١٨).

وقد توصل الباحثان أيضاً إلى النتيجة نفسها فى دراسة تجريبية أخرى (١٩٩٨) حيث قاما بتقسيم المبحوثين إلى مجموعات ركزت على موضوعات التلوث أو الجريمة أو البطالة^(١٩).

وفى دراسة تجريبية قام بها ديفيد دومك وآخرون (١٩٩٨) David Domke et al. للمقارنة بين تأثيرات التهيئة المعرفية على مجموعتين، المجموعة الأولى تكونت من أفراد من الطائفة الإنجيلية (تتمتع بمستوى مرتفع من المعرفة السياسية) ومجموعة من طلاب الجامعة (لديها مستوى أقل من المعرفة السياسية)، وجد الباحثون أن تأثير التهيئة المعرفية أقوى فى المجموعة الأولى أى أن هناك علاقة طردية بين مستوى المعرفة السياسية وتأثيرات التهيئة المعرفية^(٢٠).

وقد تأكدت النتيجة نفسها فى دراسة روبرت جويدل وآخرين (١٩٩٧)

Robert Goidel et al. حيث وجدوا أن المبحوثين ذوو مستويات المعرفة السياسية المرتفعة أكثر تأثراً بالرسائل السلبية عن الاقتصاد، وبالتالي فإنهم عارضوا سياسة الرئيس بوش الاقتصادية، وذلك على عكس المبحوثين ذوي مستويات المعرفة المنخفضة، ويرجع السبب في ذلك إلى أن الأقل معرفة كانوا متفائلين بخصوص الظروف الاقتصادية لأنهم أقل تعرضاً للرسائل الإعلامية التي تتناول الظروف الاقتصادية وبالتالي لم يتأثروا بمحتواها، وهناك سبب آخر وهو أن الأقل معرفة أكثر تأثراً بدورة العمل السياسي (٧١) Political Business Cycle وبالتالي فإنهم كانوا أكثر تفاؤلاً بخصوص ظروفهم الاقتصادية الخاصة والظروف الاقتصادية العامة في الفترة السابقة على الانتخابات ومن ثم كانوا أكثر ميلاً إلى التقييم الإيجابي للرئيس بوش وخاصة إذا كانوا ينتمون لحزبه (٧٢)

وعلى عكس جميع النتائج السابقة سواء تلك التي أيدت المنظور التقليدي أو التي أيدت المنظور النفسي الحديث، وجد جون كروسنيك ولورا برانسون (١٩٩٣) Jon Krosnick & Laura Brannon عند إعادة تحليل بيانات دراسة فضيحة (إيران - كونيتر) أنه لا توجد علاقة بين مستوى المعرفة السياسية والتهينة المعرفية، وهذه النتيجة تختلف مع النتيجة التي كان قد توصل إليها جون كروسنيك في دراسته مع كايندر (١٩٩٠) حيث كانت العلاقة سلبية، ويرجع كروسنيك اختلاف النتيجة إلى أنهما (كروسنيك وكايندر) تجاهلا تأثير التعرض والاهتمام السياسي ودرسوا فقط تأثير المعرفة السياسية، ولكن عند إعادة التحليل تم ضبط تأثير متغيري التعرض والاهتمام فلم يجد تأثيراً لمتغير المعرفة السياسية على عملية التهينة المعرفية (٧٣).

٢- متغير الاهتمام السياسي: Political Interest

اختلفت الدراسات حول تأثير متغير الاهتمام السياسي على عملية التهينة المعرفية، ويتضح ذلك من الدراسات التالية:-

(٧٤) تفترض نماذج دورة العمل السياسي Political Business Cycle Models أن التوقعات المتعلقة بتحسين الأوضاع الاقتصادية ترداد قبل انتخابات الرئاسة. لمزيد من التفاصيل انظر Motoshi Suzuki (1992) "Political Business Cycles in the Public Mind" American Political Science Review vol 86 no 4 p 989

الفصل الثالث نظريات الرأى العام

- فى دراسة روبرت جويل وأخرين (١٩٩٧)، وجد الباحثون أن الأكثر اهتماماً سياسياً كانوا أكثر تأثراً بالتغطية الإخبارية للأزمة الاقتصادية فى عهد الرئيس جورج بوش، ومن ثم كانوا أكثر معارضة له وأكثر تأييداً للمرشح الديمقراطي بيل كلينتون فى انتخابات (١٩٩٢) أى أن العلاقة كانت طردية بين مستوى الاهتمام السياسى وعملية التهيئة المعرفية^(٧٣).

وتتفق هذه النتيجة مع منظور (الجرعة - المقاومة) التقليدى الذى يقول بأن الأكثر اهتماماً هم الأكثر تعرضاً وبالتالي أكثر تأثراً.

وتختلف النتيجة السابقة مع النتائج التى توصل إليها كل من جون كروسنيك ولورا براتون فى دراستهما، حيث توصلتا فى دراسة لهما (١٩٩٣) عن تأثير حرب الخليج على تقييم الأمريكيين لأداء الرئيس بوش إلى أن هناك علاقة عكسية بين مستوى الاهتمام السياسى وتأثير التهيئة المعرفية^(٧٤)، وقد تأكدت هذه النتيجة فى دراسة أخرى لهما على الموضوع نفسه^(٧٥).

ويفسر البعض هذه النتيجة بأن إجراء استفتاء على الجمهور بعد فترة من انتهاء الحرب كانت فيها وسائل الإعلام قد بدأت تصرف اهتمامها إلى موضوعات أخرى جعل الأكثر اهتماماً نظراً لمتابعتهم لوسائل الإعلام يتلقون رسائل أخرى تحمل موضوعات جديدة مما يقلل من تأثير المعلومات المخزنة فى الأذهان بخصوص حرب الخليج، بينما الأفراد الأقل اهتماماً ومتابعة للموضوعات السياسية لن يتلقوا الكثير من الرسائل الإعلامية الأخرى عن موضوعات جديدة وبالتالي لن يحدث لهما هذا التداخل أو التخفيف من تأثير حرب الخليج... وبالتالي فإن توقيت إجراء الاستفتاء له تأثير كبير^(٧٦).

وقد وجد أيضاً جون كروسنيك ولورا براتون عند إعادة تحليل بيانات دراسة فضيحة (إيران - كونترا) أن هناك علاقة عكسية بين مستوى الاهتمام السياسى وتأثير التهيئة المعرفية^(٧٧).

ويرى جون كروسنيك أن هذه النتيجة تدعم اتجاه المنظور النفسى لعدة أسباب:-

أولاً: أوضحت النتيجة أن العلاقة العكسية بين مستوى الاهتمام السياسى و عملية التهيئة المعرفية لا تقتصر على موضوع بعينه (حرب الخليج)، وإنما تمتد إلى موضوعات مختلفة مثل: فضيحة (إيران - كونترا).

ثانياً: أظهرت تلك النتيجة أن هذه العلاقة العكسية تتحقق رغم اختلاف أسلوب تطبيق الدراسة، فقد تحققت عند استخدام أسلوب الدراسة التتبعية الرأسية (التي تجرى على المبحوثين أنفسهم فى كل مرة) فى دراسة حرب الخليج، وتحققت أيضاً عند استخدام أسلوب الدراسة التتبعية الأفقية (التي تجرى على أفراد مختلفين ما بين الفترة السابقة للفضيحة والفترة التالية لها) فى حالة فضيحة (إيران - كونترا).

ثالثاً: أشارت النتيجة إلى أن هذه العلاقة العكسية تتحقق رغم اختلاف توقيت التطبيق، فقد أجرى مسح الجمهور فى دراسة فضيحة (إيران - كونترا) مباشرة بعد يوم واحد من الإعلان عنها فى وسائل الإعلام بينما أجرى بعد عدة شهور فى حالة دراسة حرب الخليج^(٧٨).

٣- متغير الانغماس السياسى: Political Involvement

قامت بعض الدراسات بدمج متغيرات التعرض والمعرفة السياسية والاهتمام السياسى فى متغير أكبر أسموه متغير الانغماس السياسى.

- ومن الدراسات التى اختبرت تأثير الانغماس السياسى دراسة تجريبية قام بها لينجار وكايندر (١٩٨٣)، وقد توصلت الدراسة إلى التساوى بين المنغمسين سياسياً وغير المنغمسين سياسياً فى مدى التأثير بالتعرض لمشكلة معينة فى تقييم المبحوثين للأداء العام للرئيس^(٧٩).

ويفسر بعض الباحثين هذه النتيجة بأنه على الرغم من الارتباط الإيجابى بين متغيرات التعرض والاهتمام والمعرفة إلا أن لها تأثيرات مختلفة على عملية التهيئة المعرفية وحيث إن الدراسة لم تستخدم التحليل متعدد الأبعاد Multivariate Analysis الذى يقيس تأثير متغير معين فى الوقت الذى يضبط تأثير باقى المتغيرات، وإنما قامت بقياس تأثير المتغيرات الثلاثة فى وقت واحد، فقد أدى ذلك إلى أن كل متغير ألقى

تأثير المتغير الآخر وترتب على ذلك عدم وجود فروق ذات دلالة بين المنغمسين وغير المنغمسين سياسياً^(٨٠).

٤ - متغير الثقة في وسائل الإعلام: Trust in Mass Media

إن الأفراد الأكثر ثقة في وسائل الإعلام من المحتمل أن يولوا التغطية الإخبارية اهتماماً أكبر، وأن يفكروا في دلالاتها السياسية، ويضعوها في اعتبارهم عند تقييم أداء الحكومة أو أداء الرئيس وهذا ما توصلت إليه الدراسات التي قام بها كل من جوان ميللر وجون كرونيك، وذلك على النحو التالي:-

- في الدراسة التجريبية التي أجراها عام ١٩٩٨، وجد أن الأفراد الذين ترتفع درجة ثقتهم في وسائل الإعلام يرداد تأثير التهيئة المعرفية لديهم حيث كانوا أكثر اعتماداً على القصة التي تم تعريضهم لها - سواء كانت البطالة أو التلوث أو الجريمة - عند تقييمهم لأداء الرئيس كلينتون^(٨١)
- وقد توصل الباحثان إلى النتيجة نفسها في دراسة تجريبية أخرى أجراها عام ١٩٩٣^(٨٢)

٥ - متغير المسؤولية: Responsibility

- في دراسة تجريبية قام بها إينجار وكابندر (١٩٨١) على طلاب جامعة ييل Yale لمعرفة تأثير مستوى مسؤولية الرئيس المتضمنة في التغطية الإخبارية لمشكلة الطاقة على تقييم الجمهور لأدائه العام، وجد الباحثان أن الطلاب الذين تعرضوا لقصص إخبارية تظهر مسؤولية الرئيس عن القضية أولوها أهمية عند تقييمهم للأداء العام للرئيس أكبر من أولئك الذين تعرضوا لقصص إخبارية لا تظهر هذه المسؤولية مما يدعم فرضية المسؤولية^(٨٣).
- وقد تكررت هذه النتيجة في دراسة تجريبية أخرى للباحثين أنفسهما قاما بتطبيقها هذه المرة على جمهور عام، وتم تعريضهم لموضوعات الطاقة أو الدفاع أو التضخم حيث وجد الباحثان أن تأثير التهيئة المعرفية راد في الحالات التي ظهرت فيها مسؤولية الرئيس عن المشكلة مما يدعم فرضية المسؤولية أيضاً^(٨٤).

ولكن الباحثين أنفسهم لم يجدوا فروقاً ذات دلالة فى تأثير التهيئة المعرفية بين الأفراد الذين يعتبرون الرئيس مسئولاً ولو بشكل جزئى عن إحداث المشكلة، وأولئك الذين يعتبرون الرئيس مسئولاً ولو بشكل جزئى عن علاج المشكلة، وذلك فى الدراسة التجريبية التى أجراها عام ١٩٨٢^(٨٥).

وقد يرجع اختلاف نتيجة هذه الدراسة مع نتائج الدراستين السابقتين إلى أن المقارنة فى الدراستين الأولى والثانية كانت بين حالتى وجود المسئولية وعدم وجودها، أما فى الدراسة الثالثة فكانت المقارنة بين نوعين مختلفين من المسئولية وهما: المسئولية السببية والمسئولية المعالجية، وإن كانت هذه النتيجة تختلف مع ما ذهب إليه شانتو لينجار عام ١٩٩١ من أن "المسئولية السببية أكثر تأثيراً على التقويم العام لأداء الحكومة من المسئولية المعالجية"^(٨٦).

المبحث السادس

الإطار التطبيقي للدراسة

نظريات الرأى العام

الفصل الثالث

تستعرض الباحثة، فى هذا المبحث، الإجراءات المنهجية التى اتبعتها فى الدراسة المسحية على الجمهور فى كل من التطبيق الأول والتطبيق الثانى.

فروض الدراسة:

الفرض الأول:

توجد علاقة طردية بين حجم التعرض للمواد الإخبارية (التطبيق الأول) وإيجابية تقييم أداء الحكومة فى مجال القضية المسيطرة (المشروعات الكبرى).

الفرض الثانى:

تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية (التطبيق الأول) وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة كلما ارتفعت درجة التقييم الإيجابى لأداء الحكومة فى مجال القضية المسيطرة.

الفرض الثالث:

يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية فى متوسط شدة الاتجاه الإيجابى نحو الأداء العام للحكومة بين الفترة التى توجد بها قضية مسيطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيق الأول) والفترة التى لا توجد بها قضية مسيطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيق الثانى).

الفرض الرابع:

يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية بين المبحوثين فى متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حسب مستوى إدراك مسئولية الحكومة.

الفرض الخامس:

تؤثر المتغيرات السياسية على العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، حيث:
(أ) كلما ارتفع مستوى المعرفة السياسية، انخفضت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

الفصل الثالث نظريات الرأي العام

(ب) كلما ارتفع مستوى الاهتمام السياسى، انخفضت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

الفرض السادس:

تؤثر المتغيرات المتعلقة بالوسيلة الإعلامية على العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، حيث:

(أ) كلما ارتفع مستوى الثقة فى المادة الإخبارية فى التلفزيون المصرى، زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأفراد الذين يعتمدون على التلفزيون للحصول على معلوماتهم حول أداء الحكومة والأفراد الذين يعتمدون على وسائل أخرى فى متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

الفرض السابع:

تؤثر المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين على العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، حيث:

(أ) كلما ارتفع المستوى الاجتماعى الاقتصادى، زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

(ب) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث فى متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

(ج) توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الكليات الإنسانية وطلاب الكليات العلمية وطلاب الكليات التجارية فى متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

تعريف المفاهيم:-

- **القضية المسيطرة:** هى القضية التى تبرز على الساحة العامة خلال فترة زمنية محددة وتشغل النصيب الأكبر من تغطية وسائل الإعلام.

نظريات الرأى العام ===== الفصل الثالث

- **الحكومة:** المقصود بها السلطة التنفيذية وتشمل الرئيس ورئيس الوزراء والوزراء.
- **أداء الحكومة:** هو أسلوب قيام الحكومة بالوظائف والمسئوليات المنوطة بها، والأهداف التى تراعىها الحكومة عند قيامها بهذه الوظائف مما يدعم شرعية وجودها.
- **ذات مدلول إيجابى:** أى توضح كفاءة أداء الحكومة فى هذه القضية ومراعاتها لمصلحة المواطنين.
- **إدراك مسئولية الحكومة عن القضية المسيطرة:** ينقسم إلى أربعة مستويات:
 - (أ) مستوى التضخيم: وفيه ينسب المبحوث المسئولية كاملة إلى الحكومة.
 - (ب) مستوى اللا أدنى: هو المستوى الذى لا يدرك فيه المبحوث الشخصى المسئول.
 - (ج) مستوى الإسقاط: هو المستوى الذى يتم فيه نسبة المسئولية إلى جهات أخرى غير الحكومة.
 - (د) مستوى الواقعية^(*): هو المستوى الذى يتم فيه نسبة المسئولية إلى عدة جهات من ضمنها الحكومة، وترجع تلك التسمية إلى أن نسبة المسئولية فيها تكون أقرب إلى الواقع فمن البديهي أن موضوع مثل المشروعات الكبرى (القضية المسيطرة) تسهم فيه العديد من الجهات.
- **مستوى المعرفة السياسية:** هو قدر معلومات المبحوث عن الأحداث الجارية والمشكلات السياسية وأسبابها، ومدى معرفته بالشخصيات السياسية.
- **مستوى الاهتمام السياسى:** درجة سعى المبحوث لمتابعة الأحداث السياسية ومناقشتها مع معارفه ومشاركته فى أنشطة سياسية أو حزبية.
- **طبيعة الدراسة:** المقصود بها نوع الدراسة حسب المواد التى يتم تدريسها وعلاقتها بالمجتمع، ومن هذا المنطلق ينقسم هذا المتغير إلى: دراسة

(*) هذا المستوى أضافته الباحثة.

إنسانية ودراسة علمية ودراسة تجارية.

- مستوى الثقة في المواد الإخبارية: مدى تصديق المبحوث للمواد الإخبارية ومدى توازنها وواقعيتها وتقديمها للحقائق الكاملة من وجهة نظره.

نوع الدراسة:-

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التي تستهدف استكشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة حيث تدرس العلاقة بين التعرض للمواد الإخبارية في التلفزيون المصري خلال فترة يتم التركيز فيها على قضية معينة وتقييم الجمهور لهذه القضية واتجاهه نحو الأداء العام للحكومة.

منهج الدراسة:-

قامت الدراسة على استخدام منهج المسح، واعتمدت على أسلوب المسح بالعينة، وقد اتبعت الباحثة الخطوات التالية:

- القيام بالمتابعة الإخبارية لاختيار فترة يكون فيها حدث بارز يشغل النصيب الأكبر من تغطية وسائل الإعلام أى تكون هناك قضية مهيمنة Issue Regime.
- وقد تم اختيار فترة شهر سبتمبر وأوائل أكتوبر سنة ١٩٩٩ حيث كانت مثال تغطية مكثفة لإنجازات الحكومة في الفترة السابقة وعلى رأس هذه الإنجازات: المشروعات الكبرى.
- تم إجراء مسح للجمهور على مرحلتين:
- المرحلة الأولى: بعد فترة التغطية المكثفة مباشرة، وبالتحديد في الأسبوع الأول من شهر أكتوبر ١٩٩٩.
- المرحلة الثانية: بعد انقضاء شهرين على فترة التغطية المكثفة وبالتحديد في الأسبوع الأول من شهر ديسمبر ١٩٩٩.
- وكان الهدف من إجراء المسح على مرحلتين هو المقارنة بين اتجاهات الجمهور نحو أداء الحكومة خلال الفترتين.

مجتمع الدراسة:-

يمثل مجتمع الدراسة فى طلاب الجامعة، بلغ عدد طلاب الجامعات المصرية فى العام الدراسى (١٩٩٨-١٩٩٩) ١١٦٧٨٩١ وذلك وفقاً للإحصائية التى أصدرتها إدارة الإحصاء بالمجلس الأعلى للجامعات عام ١٩٩٩.

عينة الدراسة:-

تم تطبيق الدراسة على طلاب جامعة القاهرة باعتبارها الجامعة الأم وتضم طلاباً من مختلف محافظات الجمهورية ونظراً لتواجد معظم التخصصات الدراسية بها، كما أن بها تفاوتاً فى المستويات الاجتماعية الاقتصادية أى أن طلابها ينتمون إلى العديد من شرائح وفئات المجتمع المصرى.

وقد تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية متعددة المراحل (المنفردة) فى اختيار مفردات العينة، ومر سحب العينة بالمراحل التالية:

- تم تقسيم الكليات إلى فئات حسب طبيعة الدراسة ما بين دراسة إنسانية ودراسة علمية ودراسة تجارية.
- تم اختيار كلية ممثلة لكل فئة عشوائياً فكانت كلية الآداب ممثلة للدراسة الإنسانية، وكلية العلوم ممثلة للدراسة العلمية أما كلية التجارة فتم اختيارها عمدياً باعتبارها الممثلة الوحيدة للدراسة التجارية.
- اقتضت العينة على طلاب الفرقين الثالث والرابعة لضمان أن يزيد سن المبحوث عن ثمانية عشر عاماً لأن استمارة الاستقصاء بها أسئلة عن استخراج بطاقات انتخابية والتصويت فى الانتخابات وهو ما يتطلب بلوغ هذا السن.
- من داخل كل كلية تم اختيار أحد الأقسام بصورة عشوائية، فكان قسم التاريخ فى كلية الآداب وقسم الكيمياء فى كلية العلوم وقسم المحاسبة فى كلية التجارة.
- راعت الباحثة التمثيل النسبى لكل فئة دراسية داخل العينة.

جدول رقم (١)

توزيع العينة على طبيعة الدراسة

طبيعة الدراسة	عدد الطلاب ١٩٩٩-١٩٩٨	نسبتهم من عدد طلاب الجامعة	عددهم في العينة	نسبتهم في العينة
إنسانية	٨١٥٩٩	%٤٥	٢٤٧	%٤٧
علمية	٥٦٤٧١	%٣٠	١٥٧	%٢٩,٨
تجارية	٤٧٠٨٨	%٢٥	١٢٢	%٢٣,٢
المجموع	١٨٥١٥٨	%١٠٠	٥٢٦ ^(*)	%١٠٠

(*) قامت الباحثة بتطبيق عدد أكبر من الاستمارات بلغ ٦٠٠ استماره بواقع ٣٠٠ استمارة في كل مرحلة ولكن بعد استبعاد الاستمارات غير الصادقة والاستمارات الناقصة بلغ عدد الاستمارات ٥٢٦ بواقع ٢٦٣ في كل تطبيق.

[illegible]

اداة جمع البيانات:

تم تصميم صحيفة استقصاء لتطبيقها على المبحوثين فى كل من التطبيق الأول والتطبيق الثانى عن طريق المقابلة الشخصية.

اختيار الصدق والثبات:-

أولا الصدق:

- استخدمت الباحثة أسلوب الصدق الظاهر (صدق المحكمين)^(*) حيث تم عرض الاستمارة على مجموعة محكمين متخصصين فى الإعلام والسياسة وعلم النفس، وقد تم إجراء التعديلات التى أوصوا بها.
- إجراء دراسة قبلية pre-test على ٥% من عينة الدراسة لاختبار مدى فهم المبحوثين للسئلة.

ثانيا الثبات:-

لا يمكننا فى هذه الدراسة قياس الثبات بإعادة تطبيق الاستمارة بعد فترة محددة لأن عامل التذكر سيتدخل لإحداث تغيير فى النتائج، ولهذا كان إجراء المسح على مرحلتين للمقارنة بين فترة التركيز وفترة عدم التركيز على إنجازات الحكومة.

(*) استاذة الإعلام: أ.د. حسن عماد (استاذ بقسم الإذاعة)، أ.د. عدلى رضا (استاذ بقسم الإذاعة)، أ.د. سامى الشريف (استاذ الإذاعة بقسم الإذاعة)، أ.د. راجية قنديل (استاذ بقسم الصحافة)، د. هويدا مصطفى (مدرس بقسم الإذاعة).
استاذة السياسة: أ.د. كمال المنوفى (عميد كلية الاقتصاد والعلوم السياسية)، أ.د. أحمد يوسف (عميد معهد الدراسات والبحوث العربية)، أ.د. السيد غانم (استاذ السياسة)، أ.د. جلال معوض (استاذ السياسة).
استاذة علم النفس: أ.د. حامد زهران (استاذ علم النفس والعميد السابق لكلية التربية - جامعة عين شمس)، أ.د. سيد عبد العال (استاذ علم النفس بأداب عين شمس).
الإعلاميون المدرسون: أ. على فهم (نائب رئيس قطاع الأخبار باتحاد الإذاعة والتلفزيون).

نتائج الدراسة^(٥):-

نتائج اختبارات الفروض:-

اختبار الفرض الأول:

توجد علاقة طردية بين حجم التعرض لقضية مبطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيق الأول) وإيجابية تقييم أداء الحكومة فى مجال هذه القضية.

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة كا ٢١ بين متغير حجم التعرض للمواد الإخبارية ومتغير تقييم أداء الحكومة فى مجال المشروعات الكبرى (فى التطبيق الأول).

لتضح وجود علاقة ارتباطية بين حجم التعرض للمواد الإخبارية ودرجة تقييم المشروعات حيث إن قيمة كا = ١٢,٠١١ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠١٧) ولمعرفة شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق، وقد بلغ ٠,٢١ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥.

ولاختبار معنوية الاختلاف بين التطبيق الأول والتطبيق الثانى فى متوسطات درجة تقييم المبحوثين للمشروعات تم إجراء اختبار "ت" التى أظهرت نتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية فى متوسط درجة تقييم المشروعات بين التطبيق الأول والتطبيق الثانى حيث إن قيمة ت = ٢,٣٩٨ عند مستوى معنوية ٠,٠١٧ وهو أقل من ٠,٠٥، وذلك يعنى أن متوسط درجة تقييم المشروعات فى التطبيق الأول أكبر من نظيرتها فى التطبيق الثانى أى أن التقييم أكثر إيجابية فى التطبيق الأول.

وبذلك نقبل الفرض الأول: القائل بوجود علاقة طردية بين حجم التعرض لقضية مبطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيق الأول) وإيجابية تقييم أداء الحكومة فى مجال هذه القضية.

(٥) للتعرف على النتائج العامة للدراسة: شيماء نو الفقار حامد (٢٠٠٠) "مور المادة الإخبارية فى التلفزيون المصرى فى تشكيل اتجاهات طلاب الجامعة نحو أداء الحكومة - دراسة مسحية"، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة - كلية الإعلام)، ص ١٢٧-١٦٩.

الفصل الثالث == نظريات الراس العكاس ==

وقد ترجع تلك النتيجة إلى أن هناك تركيزاً من التلفزيون على المشروعات الكبرى وإيجابياتها، ولذلك فالأكثر تعرضاً كانوا أكثر إيجابية في تقييم المشروعات تأثراً بمضمون ما يقدم بالتلفزيون، ويمكن تفسير ذلك في ضوء الإطار النظري كما يلي:-

- مفهوم النغمة الغالبة أو "الرسالة الأساسية" Big Message الذى يقول بأن التعرض المتكرر لوسائل الإعلام يساعد على انتشار النغمة الغالبة المرتبطة بالقضية المسيطرة، والنغمة الغالبة في حالة المشروعات الكبرى هي نغمة إيجابية، ولذلك فالأكثر تعرضاً تقييمهم أكثر إيجابية.
- نمذج (الجرعة - المقاومة) Dosage-Resistance Models التى يزيدها أنصار المنظور التقليدي والتي تقول بأن الأفراد الأكثر تعرضاً للرسائل الإعلامية السائدة أكثر عرضة للتأثر بها.

اختبار الفرض الثانى:

تزداد شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة كلما ارتفعت درجة التقييم الإيجابى للقضية المسيطرة (التطبيق الأول).
لاختبار هذا الفرض تم حساب ٢١ بين متغير درجة تقييم المشروعات ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو الأداء العام للحكومة.

وقد ثبت وجود علاقة ارتباطية بين درجة تقييم المشروعات وشدة الاتجاه نحو أداء الحكومة (فى التطبيق الأول) حيث إن قيمة $\chi^2 = 27,241$ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠١ (٠,٠٠٠١).

ولمعرفة شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق وبلغت قوته ٠,٣١ عند مستوى معنوية ٠,٠٠١ أما معامل ارتباط بيرسون فبلغت قوته ٠,٣٥ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١.

ولمعرفة تأثير متغير درجة تقييم المشروعات على العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه نحو أداء الحكومة تم حساب معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قوته ٠,٢٨ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١ وبمقارنته بمعامل الارتباط الجزئى بين حجم

نظريات الراس العام = الفصل الثالث

التعرض وشدة الاتجاه نحو أداء الحكومة عند ضبط متغير درجة تقييم المشروعات والذي بلغت قيمته ٠,٠٣٢ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٦١) أى أن العلاقة لم تكن دالة إحصائياً، وبذلك يتضح لنا مدى قوة تأثير متغير تقييم المشروعات على العلاقة، وبذلك نقبل الفرض الثاني.

وبتحقق الفرض الثاني يتحقق الفرض الرئيسى لنظرية التهيئة المعرفية Cognitive Priming حيث إن تركيز المواد الإخبارية على المشروعات الكبرى فى فترة من الفترات جعل من هذه المشروعات معياراً لتقييم أداء الحكومة، ويتضح ذلك فى التأثير الذى لعبه متغير تقييم المشروعات حيث أدى إلى زيادة شدة العلاقة بين حجم التعرض والاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما ذهب إليه أنصار الاتجاه التقليدى Traditional perspective من أنه كلما زاد معدل التعرض للتنطية الإخبارية للقضية المسيطرة Issue Regime زادت عملية التهيئة المعرفية أى زادت الأهمية التى يوليها أفراد الجمهور لهذه القضية وبالتالي يمنحونها وزناً أكبر عند تقييمهم لأداء الحكومة.

اختبار الفرض الثالث:-

يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية فى متوسط شدة الاتجاه الإيجابى نحو الأداء العام للحكومة بين الفترة التى توجد بها قضية مسيطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيق الأول) والفترة التى لا توجد بها قضية مسيطرة ذات مدلول إيجابى (التطبيق الثانى).

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار (ت) لتحديد مدى معنوية الاختلاف بين التطبيق الأول والتطبيق الثانى فى متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، والذي أظهرت نتائجه أن هناك اختلافاً ذا دلالة إحصائية بين متوسط شدة الاتجاه فى التطبيق الأول ومتوسط شدة الاتجاه فى التطبيق الثانى حيث إن قيمة $t = 2,046$ وهى قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٤١).

معنى ذلك أن الاتجاه نحو أداء الحكومة فى التطبيق الأول يميل نحو الإيجابية أكثر من التطبيق الثانى، وبذلك نقبل الفرض الثالث.

الفصل الثالث نظريات الرأى العام

ويمكن تفسير هذه النتيجة فى ضوء عامل البروز Saliency الذى يقول بأن تركيز التليفزيون على قضية معينة يزيد من أهمية هذه القضية، وبالتالي يستخدم الأفراد معلوماتهم عن هذه القضية فى تشكيل اتجاهاتهم حول الأشياء المرتبطة بها، فإذا قلت درجة بروز قضية ما انخفضت بالتالى أهميتها عند تقييم أداء الحكومة.

اختبار الفرض الرابع:

يوجد اختلاف ذو دلالة إحصائية بين المبحوثين فى متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حسب مستوى إدراك مسئولية الحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين فى اتجاه واحد ONE-WAY ANOVA لمعرفة مدى التباين فى متوسط شدة الاتجاه بين المجموعات الأربعة التى تمثل المستويات المختلفة لإدراك مسئولية الحكومة وهى: مستوى اللا أدنى ومستوى الإسقاط ومستوى الواقعية ومستوى التضخيم، والجدول التالى يوضح نتائج هذا التحليل:

جدول رقم (٣)

تحليل التباين بين المبحوثين ذوى المستويات المختلفة فى إدراك المسئولية من حيث متوسطات شدة الاتجاه

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموعة المربعات	متوسط المربعات	ف	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٣	٨٩٢,٥٧٨	٢٩٧,٥٢٦	٠,٨٦٣	٠,٤٦١
داخل المجموعات	٢٥٩	٨٩٢٧٧,٧٣٤	٣٤٤,٧٠٢		
المجموع	٢٦٢	٩٠١٧٠,٣١٢	٠٠٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود تباين ذو دلالة إحصائية بين المبحوثين ذوى المستويات المختلفة فى إدراك المسئولية فى متوسطات شدة الاتجاه حيث إن قيمة ف= ٠,٨٦٣ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من

نظريات الرأى العام

الفصل الثالث

٠,٠٥ (٠,٤٦١) حيث كان متوسط شدة الاتجاه لدى مستوى الإسقاط ٨٦,٢٠ ولدى مستوى اللا أدري ٩٨,١٢ ولدى المتوسط الواقعي (المسئولية المشتركة) ٩٩,٥٧ ولدى مستوى التضخيم ٩٨,٥٥، وبذلك نرفض الفرض الرابع.

وتختلف هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الدراستان اللتان قام بهما كل من شانتو لينجار ودونالد كليندر عام ١٩٨١^(٨٧)، ويمكن إرجاع هذا الاختلاف إلى مايلي:

تم تطبيق دراستى لينجار وكليندر على مشكلات وقضايا سلبية، بينما هذه الدراسة تم تطبيقها على قضية إيجابية، ووفقاً لنظرية النسبية Attribution Theory فإن تأثير الآراء المتعلقة بالقضايا المختلفة يعكس تحيزاً للسلبية "A Negativity Bias" فى التقييمات السياسية، فالخصائص السلبية أكثر تأثيراً على المواطنين من الخصائص الإيجابية (فالنقطة السوداء دائماً أكثر ظهوراً).

اختبار الفرض الخامس-

تؤثر المتغيرات السياسية على العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، حيث:

- (أ) كلما ارتفع مستوى المعرفة السياسية انخفضت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.
- (ب) كلما ارتفع مستوى الاهتمام السياسى انخفضت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

أولاً: اختبار الفرض الخامس (أ):

لاختبار هذا الفرض تم حساب ٢١ بين متغيرى مستوى المعرفة السياسية وشدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

وقد اتضح عدم وجود علاقة بين متغير مستوى المعرفة السياسية ومتغير شدة الاتجاه حيث إن قيمة كا^٢ = ٦,٠٢٣ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٩٧).

ولقياس شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه مع ضبط

الفصل الثالث نظريات الرأى العام

متغير المعرفة، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى Partial Correlation Coefficient وقد بلغت شدة العلاقة ٠,٠٨ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٥٨).

وبحساب معامل الارتباط المتعدد Multi-Correlation Coefficient بين متغيرات حجم التعرض ومستوى المعرفة السياسية وشدة الاتجاه، نجد أن شدة العلاقة قد وصلت إلى ٠,١٢ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١.

وبذلك يتضح لنا أن دخول متغير المعرفة السياسية على العلاقة بين متغيرى التعرض وشدة الاتجاه قد زاد من شدة العلاقة، وحولها من علاقة غير دالة إلى علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١.

وبذلك كلما ارتفع مستوى المعرفة السياسية زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة. ومن ثم نرفض الفرض الخامس (أ).

وتختلف هذه النتيجة مع ما يذهب إليه المنظور التقليدى Traditional perspective من أنه كلما ارتفع مستوى المعرفة السياسية انخفضت شدة العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة^(٨٨)، والذي أيدته دراسة شانتو لينجار وآخرين عام ١٩٨٤^(٨٩)، ودراسة جون كروسنيك ودونالد كايندر عام ١٩٩٠^(٩٠).

وتتفق النتيجة مع المنظور النفسى الحديث - Contemporary Psychological Perspective الذى أيدته دراسة جون كروسنيك ولورا برانسون عام ١٩٩٣^(٩١)، ودراسة جوان ميللر وجون كروسنيك عام ١٩٩٨^(٩٢).

ويبرر أنصار المنظور النفسى هذه النتيجة بأن المعرفة السياسية تعد أحد العوامل التى تزيد من إمكانية تخزين واسترجاع المعلومات وبالتالي فهى تزيد من تأثير التهيئة المعرفية، فكلما كانت معلومات الفرد عن موضوع معين أكثر تنظيماً كان أكثر كفاءة وفعالية فى فهم المعلومات الجديدة، وأكثر قدرة على ترميزها وتخزينها فى الذاكرة، وبالتالي أكثر قدرة على استرجاعها عندما يسأل عن رأيه، وعلى العكس فإن

الأفراد الأقل فى مستوى المعرفة السياسية يجدون صعوبة فى تفسير المعلومات السياسية الجديدة، كما تتخفف قدرتهم على تخزين المعلومات واسترجاعها^(١٣).

ثانياً اختبار الفرض الخامس (ب):

كلما ارتفع مستوى الاهتمام السياسى انخفضت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم حساب ٢١ بين متغيرى مستوى الاهتمام السياسى وشدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، وقد اتضح وجود علاقة بين متغير الاهتمام السياسى ومتغير شدة الاتجاه حيث إن قيمة $\chi^2 = 13.721$ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٨) وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٢٢.

ولقياس شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه مع ضبط متغير مستوى الاهتمام السياسى، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى، وقد بلغت شدة العلاقة ٠,١٣ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٣٥).

وبحساب معامل الارتباط المتعدد بين متغيرات حجم التعرض ومستوى الاهتمام السياسى وشدة الاتجاه، نجد أن شدة العلاقة قد وصلت إلى ٠,١٧ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠١ (٠,٠٠٠١).

وبمقارنة قيمة معامل الارتباط الجزئى بقيمة معامل الارتباط المتعدد، نجد أن دخول متغير مستوى الاهتمام السياسى زاد من شدة العلاقة، كما أصبح مستوى المعنوية ٠,٠٠١ بعد أن كان ٠,٠٣٥.

وبذلك كلما ارتفع مستوى الاهتمام السياسى زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

ومن ثم نرفض الفرض الخامس (ب).

وتختلف هذه النتيجة مع المنظور النفسى الحديث Contemporary Psychological Perspective الذى يذهب إلى وجود علاقة عكسية بين متغير الاهتمام السياسى وتأثير التهيئة المعرفية، وهو ما أيدته دراسات كل من جون كروستيك ولورا

الفصل الثالث نظريات الرأى العام

برانون عام ١٩٩٣ سواء تلك التي أجريها على حرب الخليج أو على فضيحة (إيران - كونيتر) (١٩).

ويتفق هذه النتيجة مع المنظور التقليدي Traditional Perspective الذى يذهب إلى وجود علاقة طردية بين مستوى الاهتمام السياسى وتأثير التهيئة المعرفية وهو ما أبدته دراسة روبرت جويدل Robert Goidel عام ١٩٩٧ (٢٠).

ويبرر أنصار المنظور التقليدى هذه العلاقة بأن الأكثر اهتماماً هم الأكثر تعرضاً وبالتالي أكثر تأثراً، وهذا يتفق مع ما توصلت إليه الدراسة من وجود علاقة قوية نسبياً بين مستوى الاهتمام السياسى وحجم التعرض حيث بلغت شدة العلاقة بحساب معامل ارتباط بيرسون ٠,٥٣ عند مستوى معنوية ٠,٠٠٠١.

اختبار الفرض السادس:

تؤثر المتغيرات المتعلقة بالوسيلة الإعلامية على العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

اختبار الفرض السادس (أ):

كلما ارتفع مستوى الثقة فى المواد الإخبارية فى التلفزيون المصرى، زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم حساب كا^٢ بين متغيرى الثقة وشدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة، وقد اتضح وجود علاقة بين متغير الثقة فى المواد الإخبارية فى التلفزيون المصرى ومتغير شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حيث إن قيمة كال = ٥٤,٨٠٧ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠٥ (٠,٠٠٠١)، وقد بلغت قيمة معامل التوافق ٠,٤٢.

ولقياس شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه مع ضبط متغير الثقة، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى وقد بلغت شدة العلاقة ٠,٣٦ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٥٥٨) أى أن العلاقة ضعيفة وغير دالة إحصائياً.

وبحساب معامل الارتباط المتعدد بين متغيرات حجم التعرض ومستوى الثقة فى المواد الإخبارية وشدة الاتجاه، نجد أن شدة العلاقة وصلت إلى ٠,٤٩ عند مستوى

معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

وبمقارنة قيمة معامل الارتباط الجزئى بقيمة معامل الارتباط المتعدد نجد أن دخول متغير الثقة فى المواد الإخبارية على العلاقة بين متغيرى حجم التعرض وشدة الاتجاه قد حول العلاقة من علاقة ضعيفة وغير دالة إلى علاقة قوية نسبياً ودالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

وبذلك كلما ارتفع مستوى الثقة فى المواد الإخبارية فى التلفزيون المصرى، زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة. ومن ثم نقبل الفرض السادس (أ).

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسات كل من جوان ميللر وجون كرومليك عام ١٩٩٣^(١٦) وعام ١٩٩٨^(١٧).

ويمكن فهم هذه النتيجة فى ضوء طبيعة النظام الإعلامى المصرى حيث يتبع التلفزيون الحكومة ويعبر عن سياساتها وتوجهاتها مما قد يثير الشكوك فيما تقدمه التغطية الإخبارية عن إنجازات الحكومة ويمثل حائلاً دون الاقتناع والتأثر بهذه التغطية أما بالنسبة للأفراد الذين يتقون فى هذه المواد الإخبارية فلن يكون لديهم ذلك المرشح الإدراكى Perceptual Screen الذى يحول دون حدوث التأثير.

اختبار الفرض السادس (ب):

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الأفراد الذين يعتمدون على التلفزيون للحصول على معلوماتهم حول أداء الحكومة والأفراد الذين يعتمدون على وسائل أخرى فى متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين فى اتجاه واحد ONE-WAY ANOVA والذى نتضح نتائجه فى الجدول التالى:-

جدول رقم (٤)

تحليل التباين بين المعتمدين على الوسائل المختلفة
من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٥	١٨٠٣٤٣,٠٤٩	٣٦٠٦٨,٦١٠		
داخل المجموعات	٢٥٣	٧١٧٩١,٢٧٦	٢٨٣,٧٦٠	١٢٧,١١٠	٠,٠٠٠١
المجموع	٢٥٨	٢٥٢١٣٤,٣٢٤	٠٠٠٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين ذو دلالة إحصائية بين الأفراد المعتمدين على الوسائل المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حيث إن قيمة ف = ١٢٧,١١٠ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولتحديد مصدر التباين تم حساب متوسط شدة الاتجاه نحو أداء الحكومة وحساب الفروق ذات الدلالة بينهم من خلال اختبار توكى Tukey، وهو ما يتضح فى الجدول التالى:

جدول رقم (٥)

اختبار توكى Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات

فى متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة

المصدر للتباين	المعتمدون على التلفزيون	المعتمدون على الصحافة القومية	المعتمدون على الصحافة الحزبية	المعتمدون على الإذاعة المصرية	المعتمدون على الإذاعات الأجنبية	المعتمدون على الاتصال الشخصى
المعتمدون على التلفزيون
المعتمدون على الصحافة القومية
المعتمدون على الصحافة الحزبية
المعتمدون على الإذاعة المصرية
المعتمدون على الإذاعات الأجنبية
المعتمدون على الاتصال الشخصى

• تشير إلى الاختلاف الدلالى بين المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك تبايناً بين متوسط شدة الاتجاه لدى المعتمدين على التلفزيون من ناحية حيث يبلغ المتوسط (١٠٢,٥٢) وبين المعتمدين على أى من الصحافة الحزبية والإذاعة المصرية والإذاعات الأجنبية والاتصال الشخصى حيث بلغ متوسط شدة الاتجاه لدى كل مجموعة على التوالى: ٨٩,٩٤ - ٩٥,٦٦ - ٩٣,٤٥ - ٨٧,٩٤.

ويتضح من تلك النتائج عدم وجود تباين بين متوسط شدة الاتجاه لدى كل من المعتمدين على التلفزيون المصرى أو الصحف القومية وذلك لأنها تأخذ اتجاهها مؤيداً للحكومة، وذلك على عكس الصحف الحزبية والإذاعات الأجنبية والاتصال الشخصى

الفصل الثالث نظريات الرأى العام

الذى تزيد من خلاله الانتقادات الموجهة لأداء الحكومة، بينما الإذاعة المصرية بالرغم من تبعيتها للحكومة إلا أن معظم محطاتها لا تظهر بها حدة التركيز على إنجازات الحكومة.

ولمعرفة العلاقة بين درجة الاعتماد على التلفزيون كمصدر للمعلومات وشدة الاتجاه الإيجابى نحو أداء الحكومة، تم حساب كا²، وقد اتضح وجود علاقة بين درجة الاعتماد على التلفزيون وشدة الاتجاه نحو أداء الحكومة حيث إن قيمة كا² = ٣١,٢٤٥ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، ولقياس شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق الذى بلغت شدته ٠,٣٦، ومن ثم تقبل الفرض السادس (ب).

اختبار الفرض السابع:

تؤثر المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين على العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

الفرض السابع (أ):

كلما ارتفع المستوى الاجتماعى الاقتصادى، زادت شدة العلاقة بين حجم التعرض للمواد الإخبارية وإيجابية الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة كا² بين متغير المستوى الاجتماعى الاقتصادى ومتغير شدة الاتجاه، وقد اتضح عدم وجود علاقة بين المستوى الاجتماعى الاقتصادى وشدة الاتجاه نحو أداء الحكومة حيث إن قيمة كا² = ٥,١٥١ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٧٢).

ولقياس شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه مع ضبط متغير المستوى الاجتماعى الاقتصادى، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى، وقد بلغت شدة العلاقة ٠,٠٤٤ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٤٨٦) أى أن العلاقة ضعيفة وغير دالة إحصائياً.

وبحساب معامل الارتباط المتعدد بين متغيرات حجم التعرض والمستوى الاجتماعى الاقتصادى وشدة الاتجاه، نجد أن شدة العلاقة ظلت كما هى (٠,٠٤٤) وإن

نظريات الراس العام

الفصل الثالث

كانت قد تحولت إلى علاقة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولتحديد مدى معنوية الاختلاف بين الأقل والأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو أداء الحكومة، تم إجراء اختبار (ت)، والذي أظهرت نتائجه عدم وجود اختلاف ذي دلالة إحصائية بين الأقل والأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي من حيث متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حيث إن قيمة (ت) = -٠,١٣٠ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٨٩٧).

ومن ثم نرفض الفرض السابع (أ).

إختبار الفرض السابع (ب):

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث في متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم إجراء اختبار (ت) للتعرف على مدى معنوية الاختلاف بين الذكور والإناث من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

وقد أظهرت نتائج الاختبار عدم وجود اختلاف ذي دلالة إحصائية بين الذكور والإناث من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حيث أن قيمة ت = -٠,٢٥١ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٨٠٢).

ومن ثم نرفض الفرض السابع (ب).

اختبار الفرض السابع (ج):

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين طلاب الكليات الإنسانية وطلاب الكليات العلمية وطلاب الكليات التجارية في متوسط شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد ONE-WAY ANOVA وهو ما يتضح في الجدول التالي:-

جدول رقم (٦)

تحليل التباين بين طلاب الاتجاهات الدراسية المختلفة
من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٢	١١٥٠,٢٦٣	٥٧٥,١٣١	١,٦٨٠	٠,١٨٨
داخل المجموعات	٢٦٠	٨٩٠٢٠,٠٤٩	٣٤٢,٣٨٥		
المجموع	٢٦٢	٩٠١٧٠,٣١٢	٠٠٠٠٠		

يتضح من بيانات الجدول السابق عدم وجود تباين ذو دلالة إحصائية بين الكليات المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو الأداء العام للحكومة حيث إن قيمة ف = ١,٦٨٠ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٨٨).

ومن ثم نرفض الفرض السابع (ج).

ويمكن تفسير عدم وجود تأثير للمتغيرات الديموغرافية (المستوى الاجتماعى الاقتصادى / النوع / طبيعة الدراسة) إلى تقارب المستويات الفكرية والثقافية لطلاب الجامعة، ومعايشتهم لواقع واحد وظروف متشابهة مما أدى إلى عدم وجود فروق بينهم فى مدى تأثير التغطية الإخبارية على اتجاهاتهم السياسية.

الخلاصة:

أيدت نتائج الدراسة الفرض الرئيسى لنظرية التهيئة المعرفية حيث وجد أن تركيز المادة الإخبارية على إنجازات الحكومة وبصورة مكثفة فى فترة تطبيق الدراسة أدى إلى زيادة شدة الاتجاه الإيجابى نحو المشروعات التى تقوم بها الحكومة، ومن ثم نحو الأداء العام للحكومة، وذلك مقارنة بفترة أخرى تلتها وقلت فيها حدة التركيز على إنجازات الحكومة، مما يعنى أن التليفزيون يمكن أن يقوم بدور فى دعم شرعية الحكومة من خلال خلق اتجاهات إيجابية نحو أداؤها.

ويوضح لنا ذلك أنه بالرغم من اختلاف المجتمع المصرى عن المجتمع الأمريكى الذى نبعت منه النظرية من حيث النظام الإعلامى الذى لا يتمتع بالقدر نفسه من الحرية والتنوع اللذين يوجدان بالمجتمع الأمريكى، والنظام السياسى الذى لا يتمتع بالمستوى ذاته من الديناميكية، والإطار الثقافى الذى تسوده المحافظة، وعدم الرغبة فى التغيير، بالرغم من كل ذلك الاختلاف، ثبت الفرض الرئيس للنظرية ولكن مع ملاحظة أن التطبيق تم على موضوع إيجابى، وقد لا تتحقق هذه النتيجة فى ظروف أخرى مثل اختلاف موضوع التطبيق، أو عينة الدراسة، أو مجال التطبيق.

هوامش الفصل الثالث:-

- (1) Matthew Mendelsohn (1996) "The Media and Interpersonal Communications: The Priming of Issues, Leaders and Party Identification", *The Journal of Politics*, vol. 58, No.1, p. 113.
- (2) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998) "News Media Impact On The Ingredients of Presidential Evaluation: Politically Knowledgeable Citizens Learn From a Trusted Source of Information", *Unpublished Study*, p.4.
- (3) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", *Journal of Social Issues*, vol. 49, no. 4, pp. 168-169.
- (4) *Ibid.* p. 169.
- (5) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997) "Anatomy of News Media Priming" in Shanto Iyengar & Richard Reeves (Eds.), "Do The Media Govern?: Politicians, Voters and Reporters In America", (Calif: SAGE Publications), p. 268.
- (6) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987) "News that Matters" (Chicago: The University of Chicago Press), p. 63.
- (7) *Ibid.* p. 65.
- (8) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997), *Op. Cit.*, p. 268.
- (9) Robert Goideel et al., (1997) "Priming Theory and RAS Models: Toward an Integrated Perspective of Media Influence", *American Politics Quarterly*, vol. 25, p. 298.
- (10) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), *Op. Cit.*, pp. 70-71.
- (11) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki (1997) "Priming and Media Impact on the Evaluations of the President's Performance", *Communication Research*, vol. 24, no.1, p.9.
- (12) David Plaut (1998) "Semantic and Associative Priming in a Distributed Attractor Network", *The Proceedings of the 17th Annual Conference of the Cognitive Science*, www.cnb.cmu.edu/~plaut/papers-html/plaut95cogsci/main.html, Internet, p.1.
- (13) Eunkyung Jo & Leonard Berkowitz, (1994) "A Priming Effect Analysis of Media Influences: An Update" In: Dolf Zillmann & Jennings Bryant (Eds.) "Media Effects Advances In Theory and Research" (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates), p. 45.
- (14) Leonard Berkowitz & Karen Rogers (1986) "A Priming Effect Analysis of Media Influence" in: Jennings Bryant & Dolf Zillmann (Eds) "Perspectives on Media Effect", (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates), p. 58.

- (15) David Roskos-Ewoldsen (1997) "Attitude Accessibility and Persuasion: Review and a Transactive Model", *Communication Yearbook*, 20, p. 187.
- (16) *Ibid*, p. 187.
- (17) *Ibid*, p. 203.
- (18) Reid Hastie & Bernadette Park (1986) "The Relationship between Memory-Based or On-line", *Psychological Review*, vol. 93, no.3, p. 260.
- (19) Milton Lodge et al., (1989) "An Impression-Driven Model of Candidate Evaluation", *American Political Science Review*, vol. 83, no.2, p. 401.
- (20) Reid Hastie & Bernadette Park, *Op. Cit.*, p. 263.
- (21) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, *Op. Cit.*, p. 4.
- (22) George Edwards II et al., (1995) "Explaining Presidential Approval: The Significance of Issue Salience", *American Journal of Political Science*, vol. 39, no.1, p. 112.
- (23) George Rabinowitz et al. (1982) "Salience As a factor in the Impact of Issues on a Candidate Evaluation", *The Journal of Politics*, vol. 44, p. 44.
- (24) George Edwards II et al., *Op. Cit.*, p. 112.
- (25) E. Tory Higgins & Gillian King (1981) "Accessibility of Social Constructs: Information-Processing Consequences of Individual and Contextual Variability" in: N. Cantor & J. Kihlstorm (Eds.) "*Personality, Cognition and Social Interaction*" (New Jersey: Erlbaum), p. 71.
- (26) David Domki et al. (1998), "Media Priming Effects: Accessibility, Association and Activation", *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 10, no.1, p. 53.
- (27) Shanto Iyengar et al. (1984), "The Evening News and Presidential Evaluations", *Journal of Personality and Social Psychology*, vol.46, no.4, p. 779.
- (28) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, *Op. Cit.*, pp. 11-24.
- (29) M. Morgan & N. Signorielli (1990) "Cultivation Analysis Conceptualization and Methodology" In N. Signorielli & M. Morgan (Eds) "*Cultivation Analysis: New Directions of Media Effects Research*" (New Burypark: Sage Publications), p. 23.
- (30) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, *Op. Cit.*, p. 25.
- (31) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), *Op. Cit.*, p. 82.
- (32) *Ibid*, p. 83.
- (33) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), *Op. Cit.*, pp. 85-86.
- (34) *Ibid*, p. 87.

- (35) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997), *Op. Cit.*, p. 273.
- (36) David Glass (1985) "Evaluating Presidential Candidates: Who Focuses on their Personal Attributes?", *Public Opinion Quarterly*, vol.49, no.4, p. 517.
- (37) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998) *Op. Cit.*, p. 19.
- (38) Shanto Iyengar et al. (1984), *Op. Cit.*, p. 780.
- (39) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), *Op. Cit.*, p. 82.
- (40) *Ibid.*, pp. 85-86.
- (41) Philip Converse (1962) "Information Flow and the Stability of Partisan Attitudes", *Public Opinion Quarterly*, vol.26, p. 578.
- (42) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", *Journal of Social Issues*, vol.49, no.4, p. 288.
- (43) Robert Goidel et al. (1997), *Op. Cit.*, p. 288.
- (44) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War on the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", *American Political Science Review*, vol.87, no.4, p. 965.
- (45) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, *Op. Cit.*, p. 11.
- (46) *Ibid*, p. 12.
- (47) Shanto Iyengar et al. (1984), *Op. Cit.*, p. 785.
- (48) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, *Op. Cit.*, p. 11.
- (49) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), *Op. Cit.*, p. 97.
- (50) John Zaller (1987), *Op. Cit.*, p. 822.
- (51) David Domke et al., (1998) *Op. Cit.*, pp. 61-63.
- (52) Shanto Iyengar (1998) "Media Effects Paradigms for the Analysis of Local Television News", A Paper Presented at a Conference on Democracy and Democratic Discourse, p.14.
- (53) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998), *Op. Cit.*, pp. 8-16.
- (54) Joan Schleuder et al. (1991) "Inside the Agenda-Setting Process: How Political Advertising and TV News Prime Viewers to Think about Issues and Candidates" In F. Biocca (Ed.) "Television and Political Advertising", vol.1 (New Jersey: Erlbaum), pp. 265-309.
- (55) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki, *Op. Cit.*, pp. 3-25.

- (56) Shanto Iyengar & Adam Simon, (1993) "News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing", *Communication Research*, vol. 20, no. 3, pp. 368-377.
- (57) Robert Goidel et al., *Op. Cit.*, pp. 296-300.
- (58) David Domke et al., *Op. Cit.*, pp. 61-63.
- (59) Matthew Mendelsohn, *Op. Cit.*, pp. 112-121.
- (60) Blais Johnson et al. (1992) "Letting The People Decide: Dynamics of a Canadian Election" (Stanford: Stanford University Press), p. 249.
- (61) John Mueller (1970) "Presidential Popularity From Truman to Johnson", *The American Political Science Review*, vol. 64, p. 34.
- (62) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", *Op. Cit.*, p. 173.
- (63) Jon Krosnick & Donald Kinder (1990), *Op. Cit.*, pp. 498-511.
- (64) Shanto Iyengar et al. (1984), *Op. Cit.*, p. 786.
- (65) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War On the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", *Op. Cit.*, p. 972.
- (66) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", *Op. Cit.*, p. 173.
- (67) Robert Goidel et al., *Op. Cit.*, pp. 291-292.
- (68) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998), *Op. Cit.*, pp. 8-16.
- (69) *Ibid.*, pp. 16-21.
- (70) David Domke et al., *Op. Cit.*, pp. 55-69.
- (71) Robert Goidel et al., *Op. Cit.*, p. 394.
- (72) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993), "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", *Op. Cit.*, pp. 178-180.
- (73) Robert Goidel et al., *Op. Cit.*, p. 297.
- (74) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War On the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", *Op. Cit.*, p. 963.

- (75) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", *Op. Cit.*, p. 177.
- (76) *Ibid.*, p. 178.
- (77) *Ibid.*, pp. 178-180.
- (78) *Ibid.*, p. 179.
- (79) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), *Op. Cit.*, pp. 82-89.
- (80) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", *Op. Cit.*, p. 171.
- (81) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998), *Op. Cit.*, p. 270.
- (82) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997), *Op. Cit.*, p. 20.
- (83) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), *Op. Cit.*, pp. 82-89.
- (84) *Ibid.*, pp. 82-89.
- (85) *Ibid.*, pp. 90-97.
- (86) Shanto Iyengar (1991), *Op. Cit.*, p. 115.
- (87) Shanto Iyengar & Donald Kinder (1987), *Op. Cit.*, pp. 73-81.
- (88) Jon Krosnik & Donald Kinder (1990), *Op. Cit.*, p. 501.
- (89) Shanto Iyengar et al. (1984), *Op. Cit.*, p. 786.
- (90) Jon Krosnick & Donald Kinder (1990), *Op. Cit.*, pp. 498-511.
- (91) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War on the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", *Op. Cit.*, p. 972.
- (92) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998), *Op. Cit.*, pp. 8-16.
- (93) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War on the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", *Op. Cit.*, p. 966.
- (94) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support George Bush and the Persian Gulf Conflict", *Op. Cit.*, pp. 177-180.
- (95) Robert Goidel et al., *Op. Cit.*, p. 297.
- (96) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997), *Op. Cit.*, p. 270.
- (97) Joanne Miller & Jon Krosnick (1998), *Op. Cit.*, pp. 15-20.

الفصل الرابع

نماذج تشكيل الاتجاهات من منظور الاستجابة المعرفية

- ELM

- RAS

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

101
102
103
104
105
106
107
108
109
110
111
112
113
114
115
116
117
118
119
120
121
122
123
124
125
126
127
128
129
130
131
132
133
134
135
136
137
138
139
140
141
142
143
144
145
146
147
148
149
150
151
152
153
154
155
156
157
158
159
160
161
162
163
164
165
166
167
168
169
170
171
172
173
174
175
176
177
178
179
180
181
182
183
184
185
186
187
188
189
190
191
192
193
194
195
196
197
198
199
200

201
202
203
204
205
206
207
208
209
210
211
212
213
214
215
216
217
218
219
220
221
222
223
224
225
226
227
228
229
230
231
232
233
234
235
236
237
238
239
240
241
242
243
244
245
246
247
248
249
250
251
252
253
254
255
256
257
258
259
260
261
262
263
264
265
266
267
268
269
270
271
272
273
274
275
276
277
278
279
280
281
282
283
284
285
286
287
288
289
290
291
292
293
294
295
296
297
298
299
300

301
302
303
304
305
306
307
308
309
310
311
312
313
314
315
316
317
318
319
320
321
322
323
324
325
326
327
328
329
330
331
332
333
334
335
336
337
338
339
340
341
342
343
344
345
346
347
348
349
350
351
352
353
354
355
356
357
358
359
360
361
362
363
364
365
366
367
368
369
370
371
372
373
374
375
376
377
378
379
380
381
382
383
384
385
386
387
388
389
390
391
392
393
394
395
396
397
398
399
400

حاول الباحثون تقديم النماذج التى تشرح وتفسر عملية تشكيل اتجاهات الراى العام، وقد تعددت المنطلقات النظرية والتوجهات الفكرية لهذه النماذج، وبرز بينها الاتجاه المعرفى الذى بدأ فى دراسات الإعلام منذ أواخر الستينيات من القرن العشرين حيث ازداد التركيز على التفاعلات المعرفية والذاتية للأفراد تجاه الرسائل الإعلامية، وقد قام أنتونى جرينولد Greenwald بجمع أجزاء من مختلف نظريات تشكيل الاتجاهات، ودمج بينها فى نظرية جديدة أسماها نظرية الاستجابة المعرفية Cognitive Response Theory.

وقد ظهرت بعد ذلك العديد من النماذج القائمة على الاستجابات المعرفية Cognitive Response-Based Models ومنها نموذج "احتمالية إعمال العقل" Elaboration Likelihood Model الذى وضعه بيتى وكاسيويو Petty & Casicoppo عام ١٩٨٦ وقدما من خلاله تفسيرات لعدد من الظواهر النفسية والاجتماعية قائمة على منظور الاستجابة المعرفية.

ويعد نموذج "إحتمالية إعمال العقل" من أهم نماذج تشكيل الاتجاهات على المستوى الفردى خلال السبعة عشرة عاماً الماضية، كما يعتبره بعض الباحثين خلاصة الإنتاج العلمى فى دراسة الاتجاهات على مدى ثمانين عاماً^(١)، حيث إنه جاء للتوفيق بين النماذج المتضاربة، وتفسير هذا التضارب، وإعطاء صورة متكاملة لعملية تشكيل الاتجاهات واضعاً فى الاعتبار جميع عناصر ومتغيرات العملية الاتصالية.

ومن النماذج التى ظهرت أيضاً كنتيجة للثورة المعرفية فى العلوم الاجتماعية نموذج "التلقى - القبول - العينة" لزيللر (١٩٩٢) Zaller's Reception- Acceptance Sample Model، وهو نموذج لتشكيل اتجاهات الراى العام على المستويين الفردى والمجتمعى، ويعتبره بعض الباحثين من أهم الإسهامات العلمية التى تم تقديمها فى مجال الراى العام^(٢).

ويركز نموذج زيللر على التأثيرات الأكثر تعقيداً فى أثناء معالجة المعلومات بدلاً من التركيز على السلوك السياسى الظاهر، وهو فى ذلك امتداد للاتجاه الذى سلكته

نظريات الراى العام الفصل الرابع

نظريات وضع الأجندة Agenda-Setting، والتهيئة Priming، ووضع الإطار Framing، وهى نظريات وجنت تأييداً إمبريقياً قوياً فى الدراسات التجريبية أولاً ثم فى الدراسات المسحية بعد ذلك.

وانطلاقاً من أهمية النموذجين اللذين تم الإشارة إليهما، فإن هذه الدراسة تسعى لاختبار فروضهما بالتطبيق على قضيتين مختلفتين للتعرف على مدى ملائمة النموذجين للمجتمع المصرى، ومدى مناسبتها لخصائصه.

ويمكن عرض عناصر الدراسة فى المبحثين التاليين:

المبحث الأول: الإطار النظرى للدراسة، ويقدم عرضاً لنموذجى ELM و RAS وما يتعلق بهما من دراسات.

المبحث الثانى: الإطار التطبيقى للدراسة، ويتم فيه عرض الإجراءات المنهجية ونتائج تطبيقين أجرتهما الباحثة لاختبار النموذجين فى المجتمع المصرى.

المبحث السابع
الإطار النظري للدراسة

أولاً: نموذج احتمالية إعمال العقل: Elaboration Likelihood Model (ELM)

يقدم نموذج احتمالية إعمال العقل ELM هيكلًا عامًا متكاملًا لتنظيم وتصنيف وفهم العمليات الأساسية المتضمنة في تأثير الرسائل الإعلامية^(٦)، ويحدد عدداً من الطرق التي من خلالها يمكن لكل من المصدر والرسالة وغيرها من المتغيرات المتعلقة بالعملية الاتصالية إحداث التأثير المطلوب وتغيير الاتجاه، كما يركز النموذج على فكرة مؤداها أن الأفراد يسعون لتكوين اتجاهات صحيحة (أي اتجاهات تقيد في التكيف مع البيئة المحيطة)^(٧).

ويتمثل مفهوم الاتجاه من منظور النموذج في التقييمات العامة التي يتبناها الأفراد تجاه أنفسهم وتجاه الآخرين وأيضاً تجاه الأشياء والقضايا المختلفة، وترتكز هذه التقييمات على العديد من الخبرات المعرفية والوجدانية والسلوكية^(٨).

ويرتكز النموذج على الفكرة القائلة بأن المتلقين يختلفون فيما بينهم في كم الجهد العقلي الذي يحتمل أن يبذلوه في معالجة الرسائل التي تستهدف تغيير اتجاهاتهم، وذلك باختلاف الظروف المتعلقة بالرسالة والظروف المحيطة بها^(٩)، وهو ما يشير إليه مصطلح إعمال العقل Elaboration الذي يقوم على الربط بين المعلومات التي تحملها الرسالة والمعرفة السابقة لدى الفرد وتحقيق التكامل بينهما^(١٠)، ويمكن تخيل عملية إعمال العقل Elaboration باعتبارها متصلًا Continuum يبدأ في أحد طرفيه من اللا تفكير في المعلومات المقدمة على الإطلاق وينتهي في طرفه الآخر إلى التفكير التام في كل التفاصيل والجزئيات المتعلقة بالمعلومات المقدمة في الرسالة ودمجها في عقل الفرد في بناء معرفي يمثل الاتجاه نحو الموضوع^(١١) أي أنها متصل لحجم الجهد المعرفي العقلي المبذول^(١٢).

طرق تغيير الاتجاهات وفقاً للنموذج:

يفترض النموذج أن هناك طريقتين لتغيير الاتجاه، أولهما: الطريق المركزي Central Route، وثانيهما: الطريق الهامشي Peripheral Route^(١٣). ويدقق الأفراد الذين يتبعون الطريق المركزي في الأفكار التي يتعرضون لها ويحاولون الوقوف على مزاياها الحقيقية ويفكرون ملياً في دلالاتها، أي أنهم يحاولون معالجة المعلومات الجديدة التي يتعرضون لها بأسلوب عقلاني، أما الأفراد الذين يتبعون الطريق الهامشي

فإنهم يسلكون طرراً مختصرة لاتخاذ قراراتهم بقبول أو رفض الرسائل التى يتعرضون لها حيث يعتمدون على مجموعة مفاتيح تمكنهم من الحكم على ما يتعرضون له دون بذل مجهود عقلى مرهق^(١١).

محددات الاعتماد على كل من نوعى المعالجة:

إن الطريق الهامشى له ميزة اقتصادية إذ لا يتطلب مجهوداً عقلياً يذكر حيث إنه يعتمد على تقييم الرسالة على أسس مفتاحية ليس لها علاقة بالمحتوى ولكن فى مقابل تلك الميزة فإن الطريق الهامشى لا يمكن الوثوق فى الحكم من خلاله على صحة الرسالة أو قوتها، فالأفراد قد يتقبلون (أو يرفضون) بعض الرسائل التى كان من الممكن أن يرفضوها (أو يتقبلوها) إذا بذلوا الجهد أو الوقت اللازمين لمعالجتها. ويفترض الاتجاه الوظيفى أن الأفراد يتبعون الطريق المركزى إذا كانت الاعتبارات المتعلقة بمدى صحة الحكم على الرسالة تفوق الاعتبارات الاقتصادية بينما يسود الطريق الهامشى إذا تغلبت الاعتبارات الاقتصادية^(١٢).

ويعد مستوى الدافعية محدداً أساسياً لأى الطريقين يتم اتباعه، وذلك على النحو الآتى:

١. يتم اتباع الطريق المركزى فى حالة القضايا ذات الارتباط الشخصى القوى إذ يعتمد الأفراد فى هذه الحالة على الأدلة القوية.
 ٢. يتم اتباع الطريق الهامشى فى حالة القضايا ذات الارتباط الشخصى الضعيف إذ يعتمد الأفراد بشكل أساسى على المفاتيح الهامشية مثل مصداقية المصدر.
- وهناك عوامل ثلاث أخرى تزيد من احتمالية إعمال العقل أى اتباع الطريق المركزى، وهى:

١. عندما يشعر الفرد بمسئوليته الفردية عن تقييم الرسالة.
٢. عندما تزداد لدى الفرد الحاجة إلى المعرفة والوعى بأن هناك عدداً من المصادر يتبنون وجهة النظر ذاتها بشرط ألا يكون هناك علاقة بين هذه المصادر.
٣. تزداد قدرة الفرد على اتباع الطريق المركزى عندما تتميز البراهين والحجج التى تحتويها الرسالة بالبساطة النسبية ويتم تكرارها عدداً كافياً من المرات^(١٣).

الانواع المختلفة من المفاتيح الهامشية:

هناك عدة مفاتيح توجه عملية تشكيل الاتجاهات من أهمها:

- المصادقية: وهي تشير إلى ميل الأفراد إلى تصديق المصادر ذات المصادقية والثقة فيما تقول.
- الحب: وهو يشير إلى ميل الأفراد إلى الاتفاق مع المصادر التي يحبونها.
- الإجماع: وهو يشير إلى ميل الأفراد إلى الاتفاق مع المواقف التي تؤيدها الأغلبية.

وهناك مؤشرات أخرى مثل: عدد الحجج والبراهين المقدمة وطول الرسالة وخبرة المصدر^(١٤)، وهناك عوامل أخرى مثل: رد المجاملة والانساق والبرهان الاجتماعي والسلطة والندرة^(١٥).

الحدوث المتزامن لكل من نوعي المعالجة:

يذهب شايفن وزملاؤه (١٩٨٩) إلى أن الطريق المركزي والطريق الهامشي يمكن اتباعهما في وقت واحد، ومن ثم يكون لهما تأثيرات جمعية وتفاعلية على اتجاهات الأفراد^(١٦).

وهناك العديد من الأمثلة على الحدوث المتزامن والاعتماد المتبادل بين نوعي المعالجة، فعلى سبيل المثال: للتناقضات الصارخة بين الدلالات الإقناعية في مفتاح هامشي معين وبين محتوى الرسالة قد تدفع الأفراد الأقل انغماساً لبذل مزيد من المجهود العقلي لتشكيل اتجاهات تتسق مع الأفكار التي يتم توليدها أي أن الأفراد الذين لا يميلون بطبيعتهم إلى إيمان التفكير في محتوى الرسائل قد يضطرون إلى القيام بذلك عندما لا يتقنون في النتائج المترتبة على اعتمادهم على المفاتيح الهامشية^(١٧).

التأثيرات المترتبة على كل من نوعي المعالجة:

- إن الاتجاهات الناتجة عن اتباع الطريق المركزي في معالجة المعلومات تكون أكثر قوة واستمرارية من تلك الاتجاهات الناتجة عن ميكانيزمات الطريق الهامشي، كما أنها أكثر ثباتاً^(١٨)، ولكن يمكن للاتجاه الذي يتم تغييره عبر الطريق الهامشي أن يستمر فقط إذا تم دعمه فيما بعد ببراهين عقلانية مؤيدة^(١٩).

الفصل الرابع نظريات الرأى العام

- إن الاتجاهات الناتجة عن اتباع الطريق المركزى تكون أكثر مقاومة للتغيير والهجوم المضاد.
- إن الاتجاهات الناتجة عن اتباع الطريق المركزى تجعلنا أكثر قدرة على التنبؤ من خلالها بالسلوك المستقبلى مقارنة بتلك الاتجاهات الناتجة عن الطريق الهامشى^(٢٠).

فرضيات النموذج:

- الفرضية الأولى: توجد لدى الأفراد الدافعية لتبنى اتجاهات صحيحة^(٢١).
- الفرضية الثانية: بالرغم من ميل الأفراد لتبنى اتجاهات صحيحة، فإن مستوى وطبيعة التفكير فى القضية التى يقوم الأفراد بتقييمها يختلف حسب العوامل الفردية والظروف المحيطة^(٢٢).
- الفرضية الثالثة: تؤثر المتغيرات المختلفة على مستوى واتجاه التغيير فى الاتجاهات إما لكونها براهين وحجج إقناعية أو مفاتيح هامشية، أو عن طريق التأثير على درجة واتجاه التفكير فى القضية والبراهين المقدمة من خلالها^(٢٣).
- الفرضية الرابعة: إن التأثير على دافعية أو قدرة الأفراد على معالجة الرسائل بأسلوب يتسم بالموضوعية يتم من خلال تعزيز أو تقليل درجة التفكير (أعمال العقل فى البراهين المقدمة فى الرسائل)^(٢٤).
- الفرضية الخامسة: كلما انخفضت الدافعية أو القدرة على معالجة البراهين المقدمة من خلال الرسائل ازدادت أهمية المفاتيح الهامشية كمحددات لعملية تغيير الاتجاه، والعكس صحيح فكلما ازدادت الدافعية أو القدرة على معالجة البراهين المقدمة من خلال الرسائل انخفضت أهمية المفاتيح الهامشية كمحددات لعملية تغيير الاتجاه^(٢٥).
- الفرضية السادسة: إن المتغيرات التى تؤدى إلى المعالجة المتحيزة للرسالة تقوم بذلك من خلال التأثير على الدافعية أو القدرة على معالجة الأفكار المرتبطة بالقضية إما بصورة إيجابية أو سلبية^(٢٦).
- الفرضية السابعة: إن تغيير الاتجاه الذى ينتج عن معالجة البراهين المرتبطة بالقضية

نظريات الرأى العام = الفصل الرابع

(الطريق المركزى) يؤدى إلى ثبات الاتجاه بدرجة أكبر، وإمكانية التنبؤ من خلاله بالسلوك، كما أن الاتجاه يكون أكثر مقاومة للهجوم المضاد من تلك الاتجاهات الناتجة عن المفاتيح الهامشية^(٢٧).

منهجية قياس مستوى إعمال العقل:

يتم قياس مستوى إعمال العقل من خلال عدة طرق تتمثل فى الآتى:

- الطريقة الأولى:

وهى أبسط الطرق وتتضمن سؤال الناس بصورة مباشرة عن كم المجهود الذى بذلوه فى معالجة الرسالة أو القضية، ولكن يعيب هذا الأسلوب أن الأفراد لا يستطيعون فى كل الأحوال التعرف على العمليات العقلية التى يقومون بها.

- الطريقة الثانية:

تقوم على استخدام المقاييس النفس فسيولوجية مثل قياس تعبيرات الوجه للتمييز بين ردود الأعمال الإيجابية والسلبية تجاه الرسالة التى يتم التعرض لها. ويتميز هذا الأسلوب بأنه يستطيع قياس العمليات السيكلوجية عبر الزمن، وأقل عرضة لتأثير التصنع وعدم قدرة الأفراد على التذكر أو ذكر الأفكار التى تجول بأذهانهم.

- الطريقة الثالثة:

تقوم على استخدام تكتيك ذكر الأفكار Thought-listing Technique الذى وضعه بروك (١٩٦٧) Brock وجرينوالد (١٩٦٨) Greenwald، وفى هذه الطريقة يقوم الأفراد بذكر أفكارهم إما قبل أو أثناء أو بعد التعرض للرسالة، ويتم بعد ذلك تصنيف الأفكار إلى وحدات ذات معنى ودلالة (مثال: حجج مضادة، أفكار مرتبطة بمصدر الرسالة، وغيرها من الأفكار)، وذلك لتصنيف يتم إما من قبل الأفراد أنفسهم أو محكمين مستقلين.

- الطريقة الرابعة:

تتمثل فى التحكم فى قوة الحجج والبراهين التى تقدمها الرسالة^(٢٨)، حيث إن قدرة الأفراد على التمييز بين الحجج والبراهين الإقناعية القوية والحجج والبراهين الإقناعية الضعيفة ومن ثم التأثر بالقوة منها يعبر عن مستوى مرتفع من إعمال

متغيرات النموذج:

يصنف النموذج المتغيرات وفقاً لدورها فى عملية معالجة الرسائل، ومن ثم فى تغيير الاتجاهات على النحو الآتى:

أولاً: متغيرات مرتبطة بدافعية الفرد لمعالجة الرسالة.

ثانياً: متغيرات مرتبطة بقدرة الفرد على معالجة الرسالة.

ثالثاً: متغيرات مؤدية للمعالجة المتحيزة.

رابعاً: متغيرات ذات تأثيرات مزدوجة.

وفى ما يلى استعراض لنتائج بعض الدراسات التى تناولت متغيرات الدراسة المنبثقة عن هذا النموذج:-

(١) متغير الانغماس:

بعد مفهوم الانغماس واحداً من المفاهيم الأساسية التى تتمركز حولها الأبحاث فى مجال الإعلام والدراسات التى تتناول استخدامات وتأثيرات وسائل الإعلام^(٢٩). ويقدم نموذج ELM تفسيراً لتأثير الانغماس يتمثل فى أنه كلما ارتفع مستوى الانغماس فى القضية أصبح الفرد أكثر دافعية لمعالجة البراهين والحجج المتضمنة فى الرسالة المقدمة^(٣٠). ويلاحظ أن ارتفاع مستوى الانغماس يدعم المعالجة الموضوعية للرسالة عندما يكون لدى الأفراد قدر محدود نسبياً من المعلومات عن القضية، وكذلك عندما تكون المعلومات التى لديهم متوازنة، ولكن بشرط أن يكون اتجاههم المسبق عن القضية إما محايداً نسبياً أو ضعيفاً، بينما تصبح المعالجة متحيزة ناحية السلبية إذا ازدادت لدى الأفراد المعلومات المؤيدة لاتجاه معين وازدادت شدة هذا الاتجاه^(٣١).

وقد تعددت أهداف الدراسات التى تناولت متغير الانغماس على النحو الآتى:

- حاولت بعض الدراسات معرفة تأثير طبيعة الرسالة على الأفراد ذوى المستويات المختلفة من الانغماس، ومن هذه الدراسات:
- الدراسة التى أجراها جونسون (١٩٩٤) على ٢١١ مبحوثاً من طلاب جامعة بيرديو حيث أشارت نتائجها إلى أن الأفراد الأعلى انغماساً أكثر تأثراً بالرسائل

القوية حيث تصدر عنهم استجابات معرفية أكثر إيجابية كما تتأثر اتجاهاتهم بهذه الرسائل، كما وجد الباحث أن ارتفاع مستوى الانغماس يحول دون المعالجة المتحيزة بالنسبة للأفراد الذين ليست لديهم معرفة سابقة بالموضوع^(٢٢).

• الدراسة التي أجراها محمد بورسلاى (١٩٩٦) على ٢٠١ من طلاب الجامعة لإقناعهم ببعض العادات الصحية حيث أشارت النتائج إلى أن الأفراد الأكثر انغماساً هم الأكثر تأثراً بالرسالة التي يتعرضون لها إذا كانت الرسالة متفقة مع اتجاهاتهم المبدئية^(٢٣).

• الدراسة التي أجراها تارانت وأوفرديفيسنت (١٩٩٧) Tarrant & Overdevest على عينة مكونة من ٥٠٠ مبحوثاً حيث أشارت نتائجها إلى أن الاتجاهات الإيجابية ازدادت شدة في حالة المجموعة الأكثر انغماساً والتي تعرضت لرسالة قوية^(٢٤).

وهذه النتائج إن دلت على شئ، فإنما تدل على أن قوة الرسالة وما تثيره من أفكار في ذهن المتلقى قد تكون أكثر أهمية من اتجاه الرسالة ومدى اتفاقها مع الاتجاهات المسبقة للمتلقى، وذلك في حالة الأفراد ذوي المستويات المرتفعة من الارتباط الشخصي حيث يرتفع لديهم الدافع لمعالجة الرسالة وإعمال العقل فيها.

وفيما يلي استعراض لبعض الدراسات التي توضح الطريق الذي يسلكه الأفراد ذوو المستويات المختلفة من الانغماس في معالجة المعلومات والرسائل سواء كان الطريق المركزى أو الطريق الهامشى:

• فى الدراسة التي أجراها ميتزلر وزملاؤه Metzler (٢٠٠٠) على ٢٩٨ مبحوثاً فى الصف التاسع الدراسى لمعرفة تأثير الرسائل الصحية التي تهدف إلى وقاية المراهقين من الأمراض الجنسية مثل الإيدز، وجد الباحثون أن المبحوثين الأقل انغماساً كانوا أكثر تأثراً بمصدقية المصدر مقارنة بقوة الرسالة أى أنهم اتبعوا الطريق الهامشى فى معالجة الرسائل^(٢٥).

• ومن الدراسات التي أوضحت إمكانية تأثر الأفراد الأعلى انغماساً ببعض المفاتيح الهامشية الدراسة التي أجرتها ريدر Rader (١٩٩٤) حيث وجدت أن الموسيقى

بالرغم من كونها مفتاحاً هامشياً إلا أنها أثرت على اتجاهات الأفراد الأكثر انغماساً، وهذه النتيجة تدعم وجهة نظر شاين Chaiken القائلة بأن اتجاهات الأفراد الأكثر انغماساً يمكن أن تتشكل من خلال بعض المفاتيح الهامشية حيث يمكن حدوث تزامن بين معالجة المفاتيح الهامشية والمفاتيح الرئيسية^(٣٦).

• وعن تأثير التعرض لرسائل تحصينية inoculation messages على الأفراد ذوي المستويات المختلفة من الانغماس أجرى واى بينج لى (١٩٩٧) دراسة على ٦٨٧ طالباً توصل من خلالها إلى أن الأفراد الأكثر انغماساً نظراً لارتفاع مستوى دافعيتهم لمعالجة الرسائل فهم لا يتأثرون بترتيب عرض الرسائل، وإنما يعملون عقولهم فى كل ما يتعرضون له^(٣٧).

• ولمعرفة تأثير اختلاف أنماط التفكير بين الثقافات المختلفة على تشكيل الاتجاهات والاستجابات المعرفية نحو الرسائل الإعلامية فى ظل اختلاف مستوى الانغماس، أجرى ديفيز (٢٠٠٠) Davis دراسة قارن خلالها بين تأثير الأسلوب المنطقي فى الثقافة الغربية (الولايات المتحدة الأمريكية) وتأثير الأسلوب الديالكتيكي فى الدول الشرق آسيوية (كوريا)، وقد توصلت الدراسة إلى أن الأمريكيين الأكثر انغماساً كانوا أكثر تأثراً بالرسائل التى قدمت عدداً أكبر من البراهين القوية كما كانت لديهم قدرات انتقادية أكبر للرسائل التى يتعرضون لها، بينما لم تكن هناك فروق ذات دلالة بين الأكثر والأقل انغماساً من الكوريين حيث كانوا جميعاً يميلون إلى التأثر بعدد البراهين وليس بقوتها، أى أنهم كانوا أكثر تأثراً بالمفاتيح الهامشية، كما لم يصدر عن الأفراد الأكثر انغماساً أفكار انتقادية للرسائل^(٣٨).

(٢) متغير الحاجة للمعرفة:

يعد متغير الحاجة للمعرفة من أكثر المتغيرات التى ارتبطت بنموذج احتمالية إعمال العقل حيث وضع المقياس الخاص به بيتى وكاسيوبو (١٩٨٢)، ويقصد بالحاجة للمعرفة ميل الفرد للتفكير والاستمتاع بذلك^(٣٩) وقد اهتم الباحثون بدراسته وتعددت أهداف الدراسات الخاصة به، وهذا ما يوضحه العرض التالى لبعض هذه الدراسات:

• حاولت بعض الدراسات التعرف على العلاقة بين متغير الحاجة للمعرفة وغيره

من الصفات، ومنها: دراسة كارتر (١٩٩٨) التي توصلت إلى أن الأفراد الأكثر حاجة للمعرفة أكثر فاعلية في المهام المرتبطة باتخاذ القرارات داخل الجماعات مقارنة بالأفراد الأقل حاجة للمعرفة، كما أنهم كانوا أكثر ميلاً للدخول في مناقشات^(٤٠).

- دراسة ويس (٢٠٠٠) Weiss التي توصلت نتائجها إلى أن الأفراد الأقل حاجة للمعرفة ترتفع لديهم نسبة حدوث الأخطاء لأنهم أقل استمتاعاً بالمهام التي تتطلب مجهوداً عقلياً كبيراً^(٤١).
- وقد أجريت كثير من الدراسات للتعرف على العلاقة بين مستوى الحاجة للمعرفة والأسلوب الذي يتم اتباعه لمعالجة الرسائل التي يتم التعرض لها، ومن هذه الدراسات:
- في دراسة لجريز (١٩٩٦) Greer استهدفت التعرف على تأثير التعرض لتقرير متابعة الانتخابات الأمريكية على اتجاهات الأفراد ذوي المستويات المختلفة من الحاجة للمعرفة نحو المرشحين، أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأفراد الأقل حاجة للمعرفة لم يتأثروا على الإطلاق بهذه التقارير بينما تأثر الأفراد الأكثر حاجة للمعرفة بالتقارير التي تضمنت براهين وحجج قوية^(٤٢).
- وفي دراسة ميشيلز (١٩٩٧) Michaels التي أجراها على ٣٤٤ من طلاب الجامعة أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأفراد الأعلى في مستوى الحاجة للمعرفة كانوا أكثر تأثراً بالرسائل ذات البراهين القوية مقارنة بالرسائل التي تهتم برسم الصورة الذهنية، أما بالنسبة للأفراد الأقل في مستوى الحاجة للمعرفة فإنهم لم يتأثروا بمدى قوة الرسائل بينما كانوا أكثر تأثراً بالرسائل التي تهتم برسم الصورة الذهنية، وذلك يؤكد أن الأفراد الأكثر حاجة للمعرفة يتبعون الطريق المركزي بينما الأفراد الأقل حاجة للمعرفة يعتمدون على المفاتيح الهامشية^(٤٣).
- وفي دراسة أجراها إيشتن (١٩٩٨) Estin للتعرف على تأثير الرسائل التي تتضمن أمثلة توضيحية على ذوي المستويات المختلفة من الحاجة للمعرفة، أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأفراد الأعلى حاجة للمعرفة كانوا أكثر تأثراً

بالرسائل التي تضمنت أمثلة توضيحية حيث إن هؤلاء الأفراد تزداد لديهم الدافعية لمعالجة الرسائل، وهذه الأمثلة تشبع احتياجاتهم العقلية وتمثل تحدياً بالنسبة لهم للتفكير في حجج مضادة^(٤٤).

- وفي دراسة لماكوليامز (٢٠٠٠) McWilliams قام بتطبيقها على عينة من رجل القضاء للتعرف على تأثير المفاتيح الهامشية على الأفراد ذوي المستويات المختلفة من الحاجة للمعرفة، أشارت نتائج الدراسة إلى أن القضاء الأكثر حاجة للمعرفة كانوا أكثر تأثراً بالمفاتيح الهامشية المصاحبة لسياق عرض القضية. ولكن ذلك لم يكن على حساب إعمال العقل في البراهين والحجج، ولكنهم اعتمدوا على هذه المفاتيح كعامل مساعد في الحكم على القضية، فدافعيتهم للمعرفة جعلتهم حريصين على الوصول لهذه المعرفة بأية وسيلة^(٤٥).
- وفي الدراسة التي أجراها هروبيس (٢٠٠١) Hrubes حول تأثير الاتصال غير اللفظي على الأفراد ذوي المستويات المختلفة من الحاجة للمعرفة، أشارت نتائج الدراسة إلى أن السلوك غير اللفظي للقاتم بالاتصال كان بمثابة مفتاح هامشي للأفراد الأقل حاجة للمعرفة^(٤٦).
- ولكن في الدراسة التي أجراها بيردن (٢٠٠٢) Bearden على عينة مكونة من ٣٠١ مبحوثاً من المترددين على إحدى الكنائس في جنوب شرق الولايات المتحدة بهدف التعرف على تأثير متغير الحاجة للمعرفة على تشكيل الاتجاهات في حالة التعرض لمواظ دينية مصاغة بأسلوب قصصي وتتفاوت في مدى وضوح الأهداف التي ترمي إليها، أشارت نتائج الدراسة إلى أنه لا توجد علاقة بين مستوى الحاجة للمعرفة والاتجاه نحو المواظ، ويمكن إرجاع ذلك إلى طبيعة الموضوع وإلى الأسلوب القصصي الذي تمت به صياغة المواظ مما لم يستحث الأفراد الأكثر حاجة للمعرفة إلى إعمال عقولهم ومن ثم إلى الاختلاف عن الأفراد الأقل حاجة للمعرفة^(٤٧).

(٣) متغير الميل للجدال:

أجريت العديد من الدراسات للتعرف على العلاقة بين سمة الجدلية وتشكيل

- دراسة لاندز (Landis) (١٩٨٨) التي شارك فيها ٣٦٠ مبحوثاً في مناقشات جماعية بهدف إحداث إجماع للرأي، وقد أوضحت نتائج الدراسة أن الأفراد الأكثر ميلاً للجدال كانوا أقل استعداداً لتغيير آرائهم واتجاهاتهم^(٤٨).
- دراسة كازولياس (Kozoleas) (١٩٩٢) التي أجراها على طلاب الجامعة للتعرف على تأثير سمة الميل للجدال على عملية تشكيل الاتجاهات وتوليد الاستجابات المعرفية، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأفراد الأكثر ميلاً للجدال كانوا أكثر مقاومة للرسائل التليفزيونية والصحفية التي تعرضوا لها، كما أن الاستجابات المعرفية الصادرة عنهم كانت أكثر سلبية تجاه هذه الرسائل^(٤٩).
- وقد تأكدت نتائج الدراسة السابقة في دراسة أخرى أجراها كازولياس (١٩٩٣) على ١٨٨ طالباً حيث وجد أن الطلاب الأكثر ميلاً للجدال كانوا أكثر مقاومة للتغيير في اتجاهاتهم، وأكثر قدرة على إصدار حجج وبراهين مضادة للرسائل التي يتعرضون لها^(٥٠).
- وفي الدراسة التي أجرتها ليكليرك (Lecterc) (١٩٩٧) وجدت أن المبحوثين الأكثر ميلاً للجدال يلجأون إلى الجدال كوسيلة لدعم اتجاهاتهم ومعتقداتهم السابقة، مما يجعلهم أقل تأثراً بالرسائل التي يتعرضون لها مقارنة بالمبحوثين الأقل ميلاً للجدال^(٥١).

(٤) متغير نوع الوسيلة: Modelity Variable

- يحاول الباحثون في مجال الإعلام دراسة خصائص كل وسيلة والتعرف على مزاياها النسبية بحيث يمكنهم توظيف كل وسيلة التوظيف الأمثل لها لتحقيق الأهداف الإعلامية المختلفة، وقد أجريت العديد من الدراسات للتعرف على تأثير كل وسيلة على عملية تشكيل الاتجاهات، ومن هذه الدراسات:
- الدراسة التي أجراها رولى (١٩٩٧) لاختبار الفارق بين القدرة الإقناعية لكل من الصحافة والإذاعة، وتوصلت نتائجها إلى أن تقديم الرسالة من خلال الإذاعة كان أكثر تأثيراً من تقديمها من خلال الصحافة^(٥٢).

• ولمعرفة تأثير استخدام الوسائط المتعددة على تشكيل الاتجاهات، أجرت جوبال (Gopal 1996) دراسة على ٨٧ من طلاب الجامعة، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك فروقاً ذات دلالة بين اتجاهات المبحوثين الذين تعرضوا لرسائل بها صوت وحركة من ناحية واتجاهات المبحوثين الذين تعرضوا لنصوص مكتوبة وصوت ثابته من ناحية أخرى حيث كانت اتجاهات المجموعة الأولى أكثر إيجابية نحو الموضوع الذي تم التعرض له^(٥٣).

• ولمعرفة تأثير الشكل الذي تقدم من خلاله الرسالة الإعلامية ومدى ملائمته للقرارات العقلية للمتلقين، أجرى بيكر (Bakker 1999) دراسة على ١١٩ مبحوثاً في سن المراهقة، وطلب منهم التعبير عن اتجاهاتهم نحو الجنس الآمن بعد تعرضهم لرسالة مقدمة في شكل كارتون أو رسالة مكتوبة، وقد توصلت الدراسة إلى أن كلتا الرسلتين لهما تأثير إيجابي على اتجاهات المراهقين، وإن كانت الرسالة المقدمة في شكل كارتون أكثر تأثيراً على الأفراد الأقل في مستوى الحاجة للمعرفة بينما الرسالة المكتوبة أكثر تأثيراً على الأفراد الأعلى في مستوى الحاجة للمعرفة مما يوضح أن الشكل الذي تقدم من خلاله الرسالة الإعلامية يكون أكثر تأثيراً إذا تناسب مع القدرات العقلية للمتلقين^(٥٤).

ثانياً: نموذج "التلقى - القبول - العينة": Reception- Acceptance Sample Model (RAS)

يحاول النموذج الجمع بين مزايا اتجاهين مختلفين في دراسة تأثيرات وسائل الإعلام؛ الاتجاه الأول يربط بين التغيرات التي تحدث في الرأي العام على المستوى الجمعي aggregate-level Changes والتغيرات التي تحدث في محتوى وسائل الإعلام، وبالتالي فإنه عندما تقدم وسائل الإعلام اتجاهات مختلفة ومتعارضة بصدق قضية معينة فإنه من الممكن قياس تأثير كل من هذه الاتجاهات على الرأي العام، أما الاتجاه الثاني فيركز على ديناميكيات تغيير الاتجاه على المستوى الفردي موضحاً اختلاف تأثير وسائل الإعلام من فرد لآخر حيث تعتمد التأثيرات على عملية ذات مرحلتين، وهما: التعرض للرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام وفهمها (مرحلة التلقى)، وقبول محتوى هذه الرسائل (مرحلة القبول)، وهاتان العمليتان بدورهما تتأثران

نظريات الرأى العام الفصل الرابع

بمستوى الوعي السياسى لدى الفرد^(٥٥)، كما يتناول النموذج تغير الاتجاهات عبر فترات زمنية متعددة، ويقيم الفروق الفردية فى كل من عمليتى التلقى والقبول للرسائل الإقناعية، ويركز على التأثيرات الناتجة عن تيارات المعلومات ذات الاتجاهات المتعددة والكثافات المختلفة^(٥٦).

ويقوم نموذج زيللر على مجموعة من الافتراضات حول كيفية اكتساب المواطنين للمعلومات وتحويلها إلى إجابات تعبر عن اتجاهاتهم (فى استقصاءات الرأى العام)، وبذلك يكون نموذج زيللر نموذجاً لمعالجة المعلومات^(٥٧)، ويضع النموذج ثلاث خطوات رئيسية لمعالجة المعلومات تتمثل فى: تلقى الفرد للمعلومات، ثم قبوله لها (أو رفضها)، ثم اعتماده عليها لتكوين حكم أو اتجاه يكون مرتبطاً بهذه المعلومات التى تلقاها^(٥٨).

ويهدف النموذج إلى تحليل العلاقة بين خطاب الصفوة فى وسائل الإعلام والميكانيزمات المعرفية على المستوى الفردى^(٥٩)، ويشير زيللر إلى أن الأفراد يتعرضون بصورة مستمرة لتيارات متدفقة من المعلومات والأخبار السياسية التى تحاول معظمها جذب الرأى العام فى اتجاه معين، ونتيجة لانخفاض مستويات الانتباه للسياسة والشئون العامة فإن معظم الأفراد يتلقون الأفكار المتعلقة بمعظم القضايا دون إخضاعها للنقد مما يترتب عليه امتلاء أذهانهم بمخزون كبير من الأفكار والمناقشات والاعتبارات غير المتسقة نسبياً، وبالتالي عندما يتم سؤالهم فى استقصاءات الرأى أمام فإنهم يسترجعون كما كبيراً من هذه الأفكار المتاحة فى ذاكرتهم ويستخدمونها للاختيار من بين البدائل التى تقدم لهم فى استمارات الاستقصاء ولكن بما أن هذه الاختيارات تتم بسرعة كبيرة فإنها تعتمد على اعتبار أو اعتبارين فقط مما يصدف وجوده فى مقدمة أذهانهم وقت الإجابة على أسئلة الاستقصاء^(٦٠).

متغيرات النموذج:

(أ) متغيرات خاصة بالمتلقى:

يتناول النموذج تأثير متغيرات مثل: الوعي السياسى، وتوجهات الفرد السياسية مثل انتمائه الحزبى والأيدىولوجى، كما يتناول تأثير بعض السمات الشخصية مثل:

الفصل الرابع نظريات الراى العام

تقدير الذات والسلطوية والقلق والذكاء، ومتغيرات ديموغرافية مثل: مستوى التعليم والسن والنوع والمستوى الاجتماعى الاقتصادى.

(ب) متغيرات خاصة بالرسالة مثل:

١. كثافة (انتشار) الرسالة *Message Intersity*: وتعنى قدرة الرسالة الإقناعية على اختراق وعى أفراد الجمهور، ويتحدد هذا المتغير بناء على حجم التغطية التى تحظى بها الرسالة فى التلفزيون، ومدى احتلالها للصفحات الأولى فى الصحف، كما يتحدد بالإضافة إلى ذلك بناء على مدى اهتمام الأفراد بالرسالة (القضية)^(١١)، وبناء على درجة حيويتها وسهولة فهمها^(١٢).
 ٢. مألوفية القضية *Issue Familiarity*: ويقصد بها مدى معرفة أفراد الجمهور بالقضية التى تتناولها الرسالة^(١٣).
- مراحل النموذج: يتضح من النموذج أن عملية تغيير الاتجاه تمر بثلاث مراحل؛ المرحلة الأولى: هى تلقى الرسائل الإعلامية، والمرحلة الثانية هى قبول (أو عدم قبول) هذه الرسائل، ومن ثم يحدث تغيير الاتجاه أو ثباته وهى المرحلة الثالثة، وفيما يلى توضيح هذه المراحل:
- المرحلة الأولى: مرحلة التلقى: وتشتمل على متغيرى التعرض والفهم، وعلى الرغم من قدرة العمليات الانتقائية على الحيلولة دون حدوث تأثير للرسائل الإعلامية فإن تلك العمليات لا يمكن أن تحدث على مستوى واسع فى حالة انتشار الأفكار السياسية المهمة، وبالتالي لا تمثل خطورة على الفكرة التى يقوم عليها نموذج "التلقى - القبول - العينة"، وذلك للأسباب الآتية:
١. يعتمد معظم الأفراد - فى الحصول على معلوماتهم - على التعرض للعديد من المصادر، وتتمثل غالبية هذه المصادر فى وسائل الإعلام العامة فى المجتمع والتى تتمتع بانتشار واسع.
 ٢. يتطلب التلقى الانتقائى مستوى معيناً من اليقظة والحذر. لا تتوافر لدى معظم المواطنين الذين يتسمون باللامبالاة نحو الشؤون العامة.
 ٣. إن الأحداث المهمة التى تجذب الباحثين لإجراء الاستطلاعات حولها تنسم باتساع

نظريات الرأى العام = الفصل الرابع

النطاق والاستمرارية بحيث إن الأفراد الذين يولون حداً أدنى من الاهتمام للشئون العامة لا يحتمل أن يظلوا جاهلين بها حتى لو لم يكونوا متابعين لكل ما يستجد من تفاصيل.

المرحلة الثانية: مرحلة القبول (أو عدم القبول) وهي تتبع وتترتب على المرحلة الأولى بما فيها من تعرض وفهم، فالقبول يحدث إذا تم التعرض والفهم للرسائل الإعلامية.. ولكن أحياناً تحدث مقاومة للرسائل الإقناعية في حالة التعرض لكل من الرسائل السائدة والمضادة، وهذه المقاومة تأخذ ثلاثة أشكال:

١- المقاومة الموالية Partisan Resistance: حيث يرفض الأفراد رسائل لتعارضها مع ميولهم وتوجهاتهم السياسية.

٢- المقاومة الذاتية Inertial Resistance: يمتلك الأفراد ذوو مستويات المعرفة المرتفعة مخزوناً كبيراً من الاعتبارات، وبالتالي فإن قبول أى رسالة جديدة يتأثر بالاعتبارات المخترنة من قبل.

٣- المقاومة المضادة Countervalent Resistance: تحدث هذه المقاومة إذا استوعب الأفراد رسائل مضادة خلال فترة تغيير الاتجاه وتأثروا بها^(١٤).

المرحلة الثالثة: إن تغيير الاتجاه - وفق هذا النموذج - هو تغيير فى ميزان الاعتبارات الإيجابية والسلبية المتعلقة بقضية ما، وبناء على ذلك تتغير اتجاهات الرأى العام نحو القضايا العامة استجابة للتغيرات التى تحدث فى الكثافة النسبية للرسائل السياسية المتعارضة^(١٥).

وهناك نوعان من تغيير الاتجاه، وهما: التحول والتلاشى Conversion Decay، فإذا تلقى الشخص رسالة معارضة وتقبلها ولم يتقبل رسالة مؤيدة، فإن الشخص يتحول إلى الاتجاه المعارض (تحول)، أما إذا لم يتقبل الشخص أية رسائل فى فترة معينة أو تقبل رسائل مؤيدة ورسائل معارضة، فإن الاتجاه المبدئى للشخص يتلاشى ولا يصبح لديه اتجاه محدد نحو القضية^(١٦).

المفاهيم الأساسية فى النموذج:

- الاعتبارات Considerations: هى الأسباب أو المبررات التى تدفع بالفرد إلى

الفصل الرابع: نظريات الرأى العام

تفضيل أحد جوانب قضية ما^(٧٧)، أو هي الأسباب والمبررات التي يحكم الفرد بمقتضاها على قضية ما، وهذه الاعتبارات تجمع بين النواحي المعرفية والوجدانية^(٧٨).

- الرسائل المفتاح Cueing Messages: هي المعلومات السياقية Contextual Information المتضمنة في أحاديث الصفوة عن التوجهات الأيديولوجية والحزبية للرسالة الإقناعية^(٧٩)، وهي التي توضح لأفراد الجمهور مدى ارتباط ما يتعرضون له بجماعات سياسية مختلفة، وأى الجماعات هي التي تؤيد هذه المعلومات وأيها التي تعارضها^(٨٠)، مع ملاحظة أن الأفراد الأكثر قدرة على القيام بذلك هم الأكثر معرفة سياسية حيث يوجد ارتباط قوى بين مستوى المعرفة السياسية ومدى الوعى بهذه المفاتيح^(٨١).

بيئة المعلومات Information Environment:

يشير مصطلح "المعلومات" Information كما يستخدمه زيلر في هذا النموذج إلى المعلومات السياسية المتدفقة في وسائل الإعلام وتشمل التقارير الإخبارية والتعليقات والمفاتيح المتضمنة في خطاب الصفوة^(٨٢).

وتحدد بيئة المعلومات طبيعة التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام، وقد فرق جون زيلر بين نوعين من البيئات المعلوماتية أحدهما يتضمن رسائل أحادية الاتجاه، والثاني يتضمن رسائل مختلفة الاتجاه ولا يشترط أن يكون كل اتجاه مساوياً للآخر في القوة^(٨٣)، وعادة فإن الرسائل المتصارعة والمتعددة تحد من تأثير بعضها البعض^(٨٤)، ويترتب عليها صعوبة في وصول هذه الرسائل إلى المتلقين على عكس البيئة المعلوماتية الأكثر بساطة وصفاء والتي تقتصر على الرسائل أحادية الاتجاه التي يسهل وصولها للمتلقين^(٨٥).

الرسالة المسيطرة: Dominant Messages

هي الرسالة الأكثر كثافة خلال فترة تغيير الاتجاه، أما الرسالة الأقل كثافة فتعرف بالرسالة المضادة Countervailing Message^(٨٦)، وعندما تكون القضية قضية اتجاه سائد Mainstream Issue أى يجتمع حولها الصفوة في وسائل الإعلام على

اتجاه واحد فإن إجابات الجمهور في استطلاعات الرأي لا تكون مبنية على اعتبارات أيديولوجية وبالتالي يكون الأفراد الأكثر وعياً هم الأكثر تعبيراً عن هذا الإجماع، وعندما تكون القضية قضية استقطاب Polarization Issue أى يختلف حولها الصفوة حسب أيديولوجياتهم أو توجهاتهم الحزبية فإن استجابات الجمهور ستكون مبنية على أيديولوجياتهم أيضاً، وخصوصاً بين الأفراد الأكثر وعياً سياسياً^(٧٧).
التغيرات الأساسية على المستوى الفردي:

- الوعي السياسي Political Awareness: يشير الوعي السياسي إلى درجة انتباه الفرد للشئون السياسية ومدى فهمه لها^(٧٨)، أى أن الوعي السياسي هو الارتباط العقلي بالسياسة^(٧٩).
 - والأفراد الأعلى في مستوى الوعي السياسي هم الذين يستطيعون تقديم إجابات صحيحة على مجموعة متنوعة من أسئلة المعلومات الواقعية البسيطة، والأفراد الأدنى في مستوى الوعي السياسي هم الذين لا يستطيعون الإجابة على هذه الأسئلة^(٨٠).
 - منهجية قياس الوعي السياسي: يفضل زيلر الاعتماد على مقاييس بسيطة حول مستوى المعرفة الواقعية والمحايدة بالشئون السياسية، وتتمثل هذه الأسباب في كون مقاييس المعرفة السياسية تحدد بصورة مباشرة ما وصل إلى أذهان الناس والذي يكون مؤثراً بدوره في تحديد مدى ارتباطهم العقلي بالسياسة^(٨١).
 - متغير الميول السياسية: يرى زيلر (١٩٩٢) أنه إذا كان مستوى المعرفة السياسية لدى الفرد هو الذي يحدد مدى تلقيه للمعلومات، فإن الميول السياسية هي العامل الحاسم في تحديد درجة قبول الفرد لما يتلقاه من رسائل... فالفرد يميل إلى مقاومة الرسائل غير المتسقة مع ميوله بشرط أن تتوفر لديه المعلومات السياقية التي تمكنه من تقييم هذه الرسائل في ضوء ميوله^(٨٢).
- ومن الأمثلة الواضحة على دور الميول السياسية في تشكيل الاتجاهات نجد دور الانتماء الحزبي (باعتباره أحد أهم محددات الميول السياسية) واضحاً في معالجة المعلومات، فالأفراد المستقلون (غير المنتمين لأحزاب) يعالجون المعلومات بأسلوب

الفصل الرابع نظريات الراى العام

مختلف عن الأفراد ذوى الانتماءات الحزبية القوية الذين لديهم إطار واضح وقوى يقيمون من خلاله الرسائل التى يتعرضون لها ويقبلون فقط الرسائل المؤيدة لمنظورهم السياسى ويرفضون كل ما عداها، بينما الأفراد الذين يفكرون إلى مثل هذا الإطار أى يفكرون إلى ما يطلق عليه الشاشة الإدراكية Perceptual Screen - وهم الأفراد غير المنتمين حزبياً - فإنهم يتلقون عدداً أكبر من الرسائل الحزبية المتنوعة، وفى هذا الصدد أثبتت نتائج العديد من الدراسات أن المستقلين هم الأكثر قابلية للتأثر بوسائل الإعلام من المنتمين حزبياً^(٨٣).

الصفوة ودورها فى تشكيل الراى العام:-

يعد تناول أفراد الصفوة للقضايا المثيرة للجدل فى وسائل الإعلام هو المحرك الأساسى للراى العام مما يجعله عاملاً مؤثراً فى عملية صنع السياسة، أما تناول أفراد الصفوة لهذه القضايا على نطاق محدود فيما بينهم فإنه لا يجعل أفراد الجمهور العام على دراية بهذه القضايا^(٨٤)، وهذا ما أكدته بيچ وشابيرو وديمبسى (١٩٨٧) Page, Shapiro & Dempsey حيث أشاروا إلى أن أقوى محرك للراى العام يتمثل فى التحليلات والتعليقات الإخبارية التى يقدمها كبار الإعلاميين والخبراء حيث ترتفع درجة مصداقيتهم لدى أفراد الجمهور العام حيث يدركون أنهم يتمتعون بمستوى مرتفع من المعرفة والخبرة وعدم التحيز الحزبى^(٨٥).

وعندما يتبنى الصفوة صورة واضحة لما ينبغي أن يكون فإن الجمهور العام - وخاصة الأفراد الأكثر اهتماماً بالسياسة - يميل إلى رؤية الأحداث من خلال وجهة نظر هؤلاء الصفوة كما يميل إلى تبني مواقفهم، وعندما تنقسم الصفوة (حول موضوع ما) فإن الجمهور العام يميل إلى اتباع الصفوة الذين يشاركونهم أيديولوجياتهم العامة وتوجهاتهم الحزبية - وخاصة الأفراد الأكثر اهتماماً بالسياسة حيث يكونون بمثابة المرأة التى تعكس بشدة الانقسامات الأيديولوجية بين الصفوة^(٨٦)، وبالتالي فإن التغيير فى اتجاهات الجمهور العام يعكس التغيير فى اتجاهات الصفوة، ويتم ذلك من خلال التعرض لأحاديث ومقالات الصفوة الذى من شأنه أن يؤدي إلى دعم الأفكار التى يتناولونها^(٨٧).

نظريات الرأي العام

الفصل الرابع

ومن ذلك يتضح أن الرأي العام قد يتشكل أحياناً نتيجة لتدفق رسائل الصفوة ذات الاتجاه الواحد المتناغم، ولكنه في الغالب يتشكل نتيجة لفيض من الرسائل المتصارعة، والتي قد يكون بعضها أشد كثافة، أو قد يكون أسهل في التعلم من الرسائل الأخرى^(٨٨)، وبمجرد أن يتم تمثيل أفكار الصفوة فإنها يمكن أن يكون لها تأثيرات مهمة على مدى القابلية لمزيد من التأثير بالصفوة^(٨٩)، ويزداد تأثير الصفوة في الموضوعات التي يتم الاتفاق حولها، وهي الموضوعات ذات الأهمية القومية والتي ترتب عليها نتائج على درجة عالية من الخطورة بالنسبة للبلاد^(٩٠).

وفي حالة القضايا التي تثير صراعاً في المبادئ الأساسية لدى للجمهور العام، فإن الصفوة قد يقومون بمحاولة إبراز هذا الصراع والتركيز عليه، أو يحاولون الحد منه وذلك ليتمكنوا من إحداث التأثير المرجو^(٩١).

وفيما يلي استعراض لبعض الدراسات التي تناولت المتغيرات الأساسية في النموذج:

(١) متغير التقى-

- أجرى ميفرت وشروت (١٩٩٦) Meffert & Schrott دراسة مسحية للتعرف على العلاقة بين معدل تلقى الجمهور العام في ألمانيا للتغطية الإخبارية التليفزيونية الخاصة بالانتخابات الرئاسية لعام ١٩٩٠ واتجاهاتهم نحو المرشحين للرئاسة، وقد توصل الباحثان إلى وجود تأثيرات ذات دلالة للتغطية الإخبارية التليفزيونية على اتجاهات الجمهور نحو المرشحين، وقد اختلفت هذه التأثيرات ما بين المرحلة الأولى في شهرى مايو ويونيو ١٩٩٠ حيث كانت تأثيرات وسائل الإعلام قوية بسبب البيئة المعلوماتية الديناميكية التي خلقتها التطورات السريعة في الأحداث المرتبطة بقضية الوحدة بين الألمانيتين، والمرحلة الثانية في شهرى أكتوبر ونوفمبر حيث ضعفت تأثيرات وسائل الإعلام لأن الساحة السياسية كانت تنسم بالركود والتجمد^(٩٢).

- أجرى كل من دالتون وبيك وهاكفيلدت (١٩٩٨) Dalton, Beck & Huckfeldt دراسة مسحية للتعرف على العلاقة بين معدل تلقى التغطية الإعلامية المتعلقة

- بحملة الانتخابات الرئاسية الأمريكية لعام ١٩٩٢ واتجاهات الجمهور نحو هذه التغطية، وقد أكدت نتائج الدراسة فرضية التلقى لزيلر حيث إن الأفراد الأقل تعرضاً للتغطية الإعلامية للحملة الانتخابية كانوا أقل قدرة على تمييز التوجهات السياسية الحقيقية للرسائل المقدمة، وازدادت هذه القدرة قليلاً لدى الأفراد الأكثر تعرضاً، بينما كان الأفراد ذوو المعدلات المتوسطة ممن يتعرض والاهتمام بالحملة هم الأكثر دقة وقدرة على تمييز التوجهات الحقيقية للحملة الانتخابية، كما أوضحت النتائج أن البيئة المعلوماتية متعددة الرسائل والاتجاهات تنخفض قدرتها التأثيرية مقارنة بالبيئة المعلوماتية أحادية الاتجاه (ذات الاتجاه السائد) ^(١٣).
- أجرى باتزر وماركويتز (٢٠٠٠) Butzer & Marquitz دراسة استهدفت التعرف على العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأى للعام السويسرى فى الفترات الانتخابية، وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير للحملات الانتخابية فى وسائل الإعلام على اتجاهات الناخبين ومن ثم على قراراتهم الانتخابية من خلال مرحلتين، وهما: التلقى والقبول للرسائل الإعلامية ^(١٤).
 - أجرى شميت - بيك (٢٠٠١) Schmitt- Beck دراسة مسحية مقارنة فى أربع دول ذات نظم ديموقراطية مختلفة وهى الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وألمانيا وإسبانيا للتعرف على العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام وتلقى الرسائل ذات التوجهات السياسية الواضحة من ناحية وتشكيل الاتجاهات السياسية والقرارات الانتخابية من ناحية أخرى، وقد توصلت الدراسة إلى أن تلقى رسائل وسائل الإعلام فى هذه الدول الأربعة كان له تأثير قوى ومباشر على اتجاهات الجمهور وقراراته الانتخابية ^(١٥).
- (٢) متغير الوعى السياسى-
- توصلت دراسة أوكورو (١٩٩٦) Okoro التى أجراها على عينة من المهاجرين من نيجيريا للولايات المتحدة إلى أن هناك ارتباطاً طردياً بين مستوى الوعى السياسى ومدى التأثير ببرامج التنشئة السياسية ^(١٦).
 - وتتشابه هذه الدراسة مع الدراسة المقارنة التى أجراها فينكل (٢٠٠٠) Finkel

لمعرفة تأثير التعرض لبرامج التنشئة السياسية على اتجاهات الأفراد ذوي المستويات المختلفة من الوعي السياسي نحو الأكليات في كل من جمهورية الدومينيكا Dominican Republic وجنوب أفريقيا، وقد توصلت الدراسة إلى نتائج مختلفة في كل من البلدين، فبالنسبة لجمهورية الدومينيكا أخذت العلاقة شكل المنحنى حيث كان مستوى التأثير منخفضاً لدى الأفراد منخفضي الوعي السياسي ثم ارتفع لدى الأفراد متوسطي الوعي السياسي ثم عاد إلى الانخفاض لدى الأفراد مرتفعي الوعي السياسي، وهذه النتيجة تتفق مع ما يشير إليه نموذج "التلقى - القبول - العينة"، أما بالنسبة للنتائج الخاصة بجنوب أفريقيا فقد وجد أن هناك علاقة طردية بين الوعي السياسي وتغيير الاتجاهات، ويرجع الباحث اختلاف النتائج بين البلدين إلى زيادة نسبة الأفراد مرتفعي الوعي السياسي في جمهورية الدومينيكا مقارنة بجنوب أفريقيا، وارتفاع نسبة الأفراد الذين سبق لهم تلقى مثل هذه البرامج مما يجعل اتجاهاتهم تتسم بدرجة أكبر من الثبات^(٩٧).

- أجرى كل من جويدل وشيلدز وبيفلي (Goidel, Shields & Peffly ١٩٩٧) دراسة مسحية تتبعية للتعرف على تأثير التغطية الإعلامية للحملات الانتخابية في الولايات المتحدة لعام ١٩٩٢ على اتجاهات الجمهور نحو المرشحين للرئاسة، وقد أشارت نتائج الدراسة إلى أن الأفراد ذوي المستوى المتوسط من الوعي السياسي هم الأكثر تأثراً بالتغطية الإعلامية التي ركزت على الأحوال الاقتصادية السيئة، أما الأفراد الأقل وعياً سياسياً فكانوا أكثر تقاضاً بخصوص الأوضاع الاقتصادية وأكثر مقاومة للرسائل السلبية عن الأحوال الاقتصادية^(٩٨).
- في الدراسة التي قام بها باوليك وكاتز (Powlick & Katz ١٩٩٨) للتعرف على دور التغطية الإعلامية في تشكيل اتجاهات الجمهور الأمريكي نحو الحرب الفيتنامية من خلال تحليل نتائج استطلاعات الرأي العام في تلك الفترة التاريخية، وجد الباحثان أنه عندما كان تأييد سياسة الحكومة بالنسبة للحرب هو الاتجاه السائد في تغطية وسائل الإعلام فإن الأفراد الأكثر وعياً سياسياً كانوا هم الأكثر تأييداً لهذه السياسة، بينما انخفض ذلك التأييد بين الأفراد الأقل وعياً سياسياً^(٩٩).

(٣) متغير الانتماء الحزبى:-

- فى الدراسة التى أجراها ميغرت وشروت (١٩٩٦) Meffert & Schrott أشارت النتائج إلى أن متغير الانتماء الحزبى لعب دوراً مهماً فى تحديد مدى التأثير بهذه التغطية فى تقييم أداء المرشحين والحكومة، وكذلك بالنسبة لتشكيل الاتجاهات نحو القضيتين الرئيسيتين فى هذه الحملة، وهما قضية الوحدة وقضية الأوضاع الاقتصادية^(١٠٠).
- وفى الدراسة التى أجراها جوينل وشيلدنز وبيغلى (١٩٩٧) أشارت النتائج إلى أن الديمقراطيين ذوى المستوى المرتفع من الوعى السياسى كانت اتجاهاتهم سلبية نحو الأوضاع الاقتصادية تأثراً بتغطية وسائل الإعلام لانتفاقيهم مع توجهاتهم السياسية، وكذلك كانت اتجاهات المستقلين ذوى المستوى المرتفع من الوعى السياسى، أما المحافظون فكانوا - على العكس من الديمقراطيين والمستقلين - معارضين للتغطية الإعلامية للأوضاع الاقتصادية على اختلاف مستوى الوعى السياسى لديهم^(١٠١).
- فى الدراسة التحليلية التى أجراها لى (١٩٩٨) Lee معتمداً على نتائج استقصاءات الرأى العام بهدف التعرف على العوامل المؤثرة على تشكيل اتجاهات الرأى العام الأمريكى نحو بعض القضايا العرقية مثل التمييز العنصرى فى المدارس وتوفير المسكن والعمل للسود فى الفترة من ١٩٥٦ إلى ١٩٦٤، توصل الباحث إلى أنه كلما زادت شدة الانتماءات الحزبية كانت الاتجاهات نحو هذه القضايا أكثر ثباتاً خلال هذه الفترة الزمنية^(١٠٢).
- فى الدراسة التحليلية التى أجراها زيلار (١٩٩٩) Zaller على اتجاهات الرأى العام الأمريكى نحو بعض الرؤساء الأمريكيين الذين تورطوا فى فضائح أخلاقية مثل نيكسون الذى تورط فى فضيحة ووترجيت Watergate وكلينتون الذى تورط فى فضيحة لوينسكى Lewinsky، وجد الباحث أن هناك اختلافاً بين اتجاهات الديمقراطيين واتجاهات الجمهوريين نحو هذين الرئيسين، فالجمهوريون يلتمسون الأعذار لنيكسون الذى ينتمى للحزب الجمهورى بينما يريدون معاقبة

كلينتون الذي ينتمي للحزب الديمقراطي، وعلى العكس من ذلك كان الديمقراطيون^(١٠٣).

• في الدراسة التي أجراها كل من ساتزر وماركويتز (٢٠٠٠) Butzer & Marquitz لمعرفة العوامل المؤثرة في تشكيل اتجاهات الرأي العام السويسري في الفترات الانتخابية، أشارت نتائج الدراسة إلى أن هناك علاقة عكسية بين مستوى الوعي السياسي وتأييد سياسة الحكومة بين الأفراد المنتمين للأحزاب اليسارية، وذلك لأن الأفراد الأعلى في مستوى الوعي السياسي يتلقون بصورة أفضل الرسائل المفتاحية التي تقدمها وسائل الإعلام مما يمكنهم من إدراك أن سياسات الحكومة تتعارض مع توجهاتهم السياسية، بينما المنتمون للأحزاب اليمينية المتطرفة يزداد تأييدهم لسياسات الحكومة بارتفاع مستوى الوعي السياسي لديهم حيث يمكنهم هذا الوعي من إدراك مدى اتفاق هذه السياسات مع توجهاتهم السياسية، وذلك يوضح أن الفجوة بين الأحزاب تزداد لدى الأفراد مرتفعي الوعي السياسي، أما الأفراد غير المنتمين لأحزاب فإنهم يتخذون موقفاً وسطاً بين الأحزاب اليسارية والأحزاب اليمينية^(١٠٤).

• وفي الدراسة المقارنة التي أجراها شميت - بيك (٢٠٠١) Schmitt - Beck في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وألمانيا وإسبانيا للتعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات السياسية والقرارات الانتخابية، توصل الباحث إلى أن الانتماء الحزبي يقوم بوظيفة المرشح Filter لدور وسائل الإعلام، فالرسائل التي لا تتفق مع الانتماءات الحزبية للتدرد يتم رفضها^(١٠٥).

(٤) متغير مألوفية القضية: Issue Familiarity Variable

حاول الباحثون التعرف على تأثير مستوى مألوفية القضية على اتجاهات أفراد الجمهور نحوها، وقد اختلفت نتائج الدراسة حول تأثير هذا المتغير على النحو الآتي: وجدت بعض الدراسات أن مستوى مألوفية القضية يؤثر على اتجاهات المبحوثين نحو الموضوعات المختلفة، وهذا التأثير إما أن يكون موضوعياً أو متحيزاً، ومن هذه الدراسات:-

- الدراسة التي أجراها ميلبورن (Milbourne ١٩٩٢) على طلاب السنة النهائية في التعليم العام، واستهدفت التعرف على اتجاهات هؤلاء الطلاب نحو بعض الموضوعات المتعلقة بالدراسة، فقد توصل الباحث إلى أن مستوى مألوفية القضية أدى إلى تحيز الطلاب لأن اتجاهاتهم المسبقة نحو هذه الموضوعات لم تكن إيجابية أي أن مستوى مألوفيتهم بالموضوعات مكنهم من التفكير في حجج مضادة لما اعتبروه رسالة غير متسقة مع اتجاهاتهم^(١٠٦).
 - الدراسة التي أجراها نابي (Nabi ١٩٩٨) حيث وجد الباحث أن القصص الإخبارية التي تعرض لها المبحوثون بخصوص الأعمال الإرهابية أحدثت تأثيرات متفاوتة على اتجاهات الأفراد على عكس القصص الإخبارية التي تعرض لها المبحوثون بخصوص جرائم الأحداث حيث لم تحدث هذه التأثيرات المتفاوتة على الاتجاهات، وقد أرجع الباحث ذلك إلى اختلاف مستوى مألوفية القضيتين لدى المبحوثين فارتفع مستوى مألوفية القضية لدى الفرد يؤدي إلى زيادة قدرته على تلقي الرسائل المتعلقة بها، ومن ثم يحدث التأثير بها والذي تمثل في إثارة مشاعر الغضب والخوف، وبما أن القضية الأولى (الأعمال الإرهابية) أكثر مألوفية لدى المبحوثين فقد كانوا أكثر غضباً وخوفاً عند تعرضهم لها^(١٠٧).
- وتوجد بعض الدراسات التي لم تصل نتائجها لوجود تأثير لمستوى مألوفية القضية على اتجاهات أفراد الجمهور نحو الموضوعات المختلفة، ومنها:-
- الدراسة التي أجراها ألفاريه وبريم (Alvarez & Brehm ١٩٩٥) حيث قام الباحثان بقياس مستوى المألوفية من خلال التقارير الذاتية التي قدمها المبحوثون عن مستوى معلوماتهم المتعلقة بالإجهاض، ووجدوا أنه لا توجد علاقة بين مستوى مألوفية القضية ووجود اتجاهات محددة نحوها، ويرجع الباحثان ذلك إلى أن ٩٤% من المبحوثين كانت لديهم اتجاهات متعارضة نحو القضية حيث ذكروا - في الوقت ذاته - سبباً مؤيداً وسبباً معارضاً، أي أنهم كانوا يعانون من التراجع، وبالتالي فزيادة المعلومات لن تستطیع علاج هذه المشكلة (التأرجح)^(١٠٨)، ويمكن إرجاع هذه النتيجة إلى اعتماد الدراسة على التقارير الذاتية للمبحوثين لمعرفة

مستوى المؤلفية وليس على مقاييس موضوعية.

- الدراسة التى أجراها دين (1٩٩٧) Chen للتعرف على تأثير مستوى مؤلفية القضية على اتجاهات المبحوثين نحو الرسائل الإقناعية المتعارضة مع اتجاهاتهم المبدئية، حيث توصلت الدراسة إلى أن مستوى مؤلفية القضية لا يؤثر على اتجاهات المبحوثين إذا كانت لديهم درجة عالية من الانغماس فى القضية^(١٠٩).

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12
13
14
15
16
17
18
19
20
21
22
23
24
25
26
27
28
29
30
31
32
33
34
35
36
37
38
39
40
41
42
43
44
45
46
47
48
49
50
51
52
53
54
55
56
57
58
59
60
61
62
63
64
65
66
67
68
69
70
71
72
73
74
75
76
77
78
79
80
81
82
83
84
85
86
87
88
89
90
91
92
93
94
95
96
97
98
99
100

المبحث الثامن
الإطار التطبيقي للدراسة

مشكلة الدراسة:

انطلاقاً من النموذجين اللذين تم الإشارة إليهما، والدراسات السابقة التي تم عرضها، تحاول الدراسة التعرف على مدى قدرة وسائل الإعلام وبالتحديد التلفزيون والصحافة باتجاهاتها المختلفة على تشكيل اتجاهات الرأي العام نحو بعض القضايا العامة التي تشغل اهتمام وسائل الإعلام والجمهور، والتعرف على مدى قدرة هذه الوسائل على إيجاد اتجاه سائد لدى الجمهور نحو تلك القضايا، أو خلق استقطابات نتيجة لتعدد التيارات التي تعبر عنها وسائل الإعلام في تغطيتها للقضايا، كما تحاول الدراسة التعرف على مدى التشابه والاختلاف بين أساليب التغطية في كل وسيلة، وعن التأثيرات المحتملة لها على أفراد الجمهور باختلاف مستويات الوعي السياسي لديهم، واختلاف توجهاتهم السياسية وسماتهم الشخصية، ودرجة ارتباطهم بالقضايا المختلفة، واختلاف خصائصهم الديموغرافية.

فروض الدراسة:

وفقاً لنموذجي "التلقي - القبول - العينة" و "إحتمالية إعمال العقل"، وبالرجوع للدراسات السابقة، فإن الدراسة تسعى إلى اختبار الفروض العشر الآتية:

الفرض الأول (أ):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه نحو كلتا القضيتين موضع الدراسة (كل قضية على حدة).

الفرض الأول (ب):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للتلفزيون وشدة الاتجاه الإيجابي نحو كلتا القضيتين.

الفرض الأول (ج):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للصحافة وشدة الاتجاه الإيجابي نحو كلتا القضيتين.

الفرض الأول (د):

توجد علاقة ارتباطية بين نوعية الصحيفة (قومية / معارضة) وشدة الاتجاه

الإيجابى نحو قانون التعريفة الجمركية (التطبيق الأول).

الفرض الثانى:

يؤثر مستوى الوعى السياسى على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض الثالث:

يؤثر مستوى مألوفية القضية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض الرابع:

يؤثر مستوى الانغماس (الارتباط الشخصى بالقضية) على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض الخامس:

تؤثر درجة إعمال العقل على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

الفرض السادس:

تؤثر سمات الشخصية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين، وذلك على النحو الآتى:

- (أ) يؤثر مستوى الحاجة للمعرفة لدى الفرد على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.
- (ب) يؤثر مستوى الميل للجدال على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.
- (ج) يؤثر مستوى السلطوية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو كلتا القضيتين.

نظريات الرأي العام الفصل الرابع

(د) يؤثر مستوى تقدير الذات على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو كلتا القضيتين.

الفرض السابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين الذين يعتمدون على كل وسيلة من حيث شدة الاتجاه الإيجابي نحو كلتا القضيتين.

الفرض الثامن:

تؤثر الفئة التي ينتمي إليها المبحوث على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو كلتا القضيتين.

الفرض التاسع:

تؤثر المتغيرات الديموغرافية للمبحوثين على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو كلتا القضيتين، وذلك على النحو الآتي:

(أ) يؤثر مستوى التعليم على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو كلتا القضيتين.

(ب) يؤثر السن على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو كلتا القضيتين.

(ج) يؤثر النوع على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو كلتا القضيتين.

الفرض العاشر^(*):

يؤثر متغير الانتماء الحزبي على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل

(*) تم اختبار هذا الفرض في التطبيق الأول فقط لأن قضية المقابلة (في التطبيق الثاني) كانت قضية اتجاه سائد أي يجتمع حولها الصفوة - من حيث المبدأ - باختلاف توجهاتهم السياسية، وبالتالي لا يكون للانتماء الحزبي تأثير واضح فيها، وذلك على عكس قانون التعريفية الجبركية الجديدة الذي تقسمت حوله الصفوة حسب توجهاتهم الحزبية، وهو ما سيظهر في نتائج تحليل المضمون.

الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قانون التعريف الجمركية.

نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة من البحوث الوصفية التفسيرية التى تستهدف وصف وتحليل خصائص المعالجة التليفزيونية والصحفية لبعض القضايا العامة، ودراسة مدى قدرة هذه المعالجة على تشكيل الاتجاهات نحو تلك القضايا، واستكشاف العلاقات بين المتغيرات المختلفة حيث تدرس العلاقة بين حجم التعرض للرسائل الإعلامية التى تناولت القضايا محل التطبيق من ناحية والاتجاه نحو هذه القضايا من ناحية أخرى، وتأثير بعض المتغيرات الوسيطة على هذه العلاقة مثل: مستوى الانغماس فى القضية، ومستوى الوعى السياسى والانتماء الحزبى، وبعض السمات الشخصية مثل: الحاجة للمعرفة وتقدير الذات والسلطوية والميل للجدال، وبعض المتغيرات الديموغرافية مثل: التعليم والسن والنوع.

المناهج البحثية التى اعتمدت عليها الدراسة:

١- المنهج المقارن:

للمقارنة بين التغطية التليفزيونية والتغطية الصحفية للقومية والحزبية لكل قضية، والمقارنة على مستوى عينة الجمهور من خلال إظهار أوجه التشابه والاختلاف فى ضوء المتغيرات الوسيطة سواء كانت متغيرات ديموغرافية أو سمات شخصية أو متغيرات سياسية.

٢- منهج المسح:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح واعتمدت على أسلوب المسح بالعينة وذلك من خلال الجمع بين:

- (أ) مسح المضمون: بهدف التعرف على خصائص التغطية التليفزيونية والصحفية باتجاهاتها المختلفة لكل قضية.
- (ب) مسح الجمهور: بهدف التعرف على مدى تأثره بالتغطية الإعلامية لكل قضية.

وقد اتبعت الباحثة الخطوات الآتية فى التطبيق:

- (١) المتابعة المتعمقة لكل القضايا العامة التي تم تغطيتها، وشغلت وسائل الإعلام والرأي العام خلال النصف الأول من عام ٢٠٠٢ (من أول يناير حتى آخر يونيو)، وذلك لاختيار القضايا التي يمكن تطبيق الدراسة عليها.
- وقد وضعت الباحثة - وفقاً للإطار النظري للدراسة - بعض الشروط التي يجب توافرها في القضايا التي يتم اختيارها للتطبيق، وهي:
- (أ) أن تكون القضايا ذات أهمية بالنسبة لغالبية أفراد المجتمع.
- (ب) أن تشغل هذه القضايا مساحة زمنية كبيرة في التلفزيون، ومساحة مكانية كبيرة في الصحافة، وأن تنتوع القوالب والأشكال الفنية التي يتم تغطيتها وتقديمها من خلالها.
- (ج) أن تكون تغطية وسائل الإعلام لهذه القضايا مستمرة لفترة زمنية كافية لتشكيل اتجاهات الجمهور نحوها.
- (د) أن تكون القضايا محل خلاف وجدل بين أفراد الجمهور.
- (هـ) أن تعكس وسائل الإعلام هذا الخلاف وذلك الجدل، وأن تقوم بعرض الاتجاهات المختلفة نحو القضية.
- (و) أن تكون لكل وسيلة وجهة نظر معينة تغلب عليها وتحاول إقناع الجمهور بها عند عرضها لهذه القضايا.
- وقد توافرت هذه الشروط في القضيتين اللتين اتخذتهما الدراسة هدفاً للتطبيق وهما:-

١. قانون التعريف الجرمية الجديدة الذي صدر في الأول من يناير ٢٠٠٢، وقد نص القانون على تخفيض التعريف على خامات ومستلزمات الإنتاج الرئيسية، وفرض ضريبة قطعية مانعة على الملابس الجاهزة. وقد أثار القانون كثيراً من الجدل الذي انعكس بدوره على تغطية وسائل الإعلام.
٢. قضية المقاطعة: وهي القضية التي شغلت وسائل الإعلام والرأي العام خلال شهري أبريل ومايو وأوائل يونيو ٢٠٠٢، وذلك إثر تصاعد العدوان الإسرائيلي

الفصل الرابع نظريات الرأى العام

- على الأراضي الفلسطينية في أواخر شهر مارس ٢٠٠٢.
- (٢) وبعد أن تم اختيار كل قضية، تم عمل تحليل مضمون مبدئى للتعرف على التوجهات العامة للرسائل الإعلامية بخصوص كل قضية.
- (٣) تم إجراء مسح الجمهور بعد انحسار التغطية الإعلامية لكل قضية مباشرة حتى تكون القضية حاضرة في أذهان الجمهور.
- (٤) بعد إجراء مسح الجمهور تم عمل تحليل المضمون التفصيلي للتعرف على خصائص التغطية للتلفزيونية والصحفية لكل قضية، والمقارنة بين تغطية القضيتين، وربط ذلك بنتائج مسح الجمهور.

أساليب وادوات الدراسة:

١. تحليل المضمون: تم تصميم أربع استمارات لتحليل المضمون بواقع استمارتين في كل تطبيق، إحداهما لتحليل المضمون الصحفى، والأخرى لتحليل المضمون التلفزيونى.

• اختبار الصدق والثبات لاستمارات تحليل المضمون.

- أ- تم قياس الصدق باتباع الخطوتين الآتيتين:
- ١- تحديد الفئات تحديداً جامعاً مانعاً، ووضع تعريفات دقيقة لها.
- ٢- إجراء اختبار قبلى على ١٠% من العينة.
- ب- تم قياس الثبات باتباع الخطوتين الآتيتين:
- تم اختيار عينة قدرها ١٠% من إجمالى المواد التى خضعت للدراسة فى كل تطبيق.
- قامت الباحثة قبل إجراء الثبات بشرح لفئات والوحدات للباحثين^(١١٠)، وتم التوصل إلى معامل الثبات باستخدام معادلة هولستى.
- قامت الباحثة بتطبيق هذه المعادلة مرتين، حيث استخدمتها بينها وبين المرمز الأول ثم بينها وبين المرمزة الثانية، وبلغت قيمة

نظريات الرأى العام

الثبات فى الأولى ٨٩% وفى الثانية ٨٧%، وهى نسب عالية مما يدل على ثبات المقياس.

٢- صحيفة الاستقصاء:

تم تصميم صحيفتى استقصاء، إحداهما خاصة بالتطبيق الأول، والثانية خاصة بالتطبيق الثانى.

- اختبار الصدق والثبات:

أولاً: الصدق:- استخدمت الباحثة أسلوب الصدق الظاهرى (صدق المحكمين)^(١١١)، كما أجرت الباحثة دراسة قبلية Pre-test على ٥% من عينة الدراسة.

ثانياً: الثبات: تم تطبيق اختبارات الثبات الإحصائية مثل الاختبار المنشطر لجوتمان Guttman Split-half ومعامل ارتباط Alpha على بعض المقاييس فى الاستمارة مثل مقياس الاتجاه نحو القضية، والمقاييس الخاصة بالسمات الشخصية^(١١٢).

٣- تحليل الخطاب: وقد تم الاعتماد فى إطاره على:

(أ) مسار البرهنة: حيث تم رصد الأدلة والبراهين التى قدمتها كل وسيلة (تلفزيون / صحافة باتجاهاتها المختلفة) فى معالجتها لكل قضية لإقناع الرأى العام بوجهة نظرها، وقد تم استخلاص الأطروحات المعارضة بما تشتمل عليه من مبررات سياسية واقتصادية واجتماعية وقانونية وتاريخية لتوضيح الموقف الذى تتبناه كل وسيلة.

(ب) الأطر المرجعية: حيث يتم رصد الإحالات المرجعية النصية التى اعتمدت عليها كل وسيلة فى معالجتها للقضية سواء كانت هذه الإحالات عبارة عن تصريحات مسئولين أو نصوص دينية أو قانونية، أو الإشارة إلى حقبة تاريخية أو غير ذلك مما يزيد من مصداقية المضمون المقدم والذي تهدف الوسيلة إلى تبنى الرأى العام له.

مجتمع وعينة الدراسة:

أ- مجال وعينة الدراسة التحليلية:

- يتمثل مجال الدراسة في كل المواد الإعلامية التي تناولت القضية محور التطبيق في كل من التلفزيون والصحافة.
- عينة المواد التلفزيونية: شملت جميع البرامج التلفزيونية التي تناولت كلتا القضيتين في كل من القناة الأولى والقناة الثانية بالتلفزيون المصري باعتبارهما قناتين عامتين يشاهدهما الجمهور المصري في جميع أنحاء الجمهورية، وقد تمثلت العينة في التطبيق الأول في ثمانية برامج بلغت مدتها الزمنية خمس ساعات وخمسين دقيقة وإحدى عشرة ثانية، وتمثلت عينة التطبيق الثاني في عشرة برامج مدتها الزمنية ثلاث ساعات وتسع وخمسون دقيقة.
- عينة المواد الصحفية: تم اختيار صحيفة الأهرام باعتبارها أكثر الصحف القومية توزيعاً، كما تم اختيار صحيفة الوفد باعتبارها أكثر الصحف الحزبية توزيعاً، وكذلك تم اختيار مجلتي روز اليوسف وصباح الخير باعتبارهما أكثر المجلات العامة توزيعاً.

ومن داخل هذه الصحف تم تحليل المواد التي تناولت كلتا القضيتين، وتمثلت في: المواد الإخبارية التي صاحبها رأي، ومواد الرأي، وتشمل: الأعمدة والمقالات وبريد القراء، والمواد التفسيرية والاستقصائية وتشمل التحقيق والحديث.

وقد بلغ عدد المواد الصحفية التي تم تحليلها في التطبيق الأول ٨٢ مادة صحفية، وقد بلغت مساحتها ٧٥٦٤,٥٠ سم/ عمود، وبلغ عدد المواد الصحفية التي تم تحليلها في التطبيق الثاني ١٥٧ مادة، وبلغت مساحتها ١٠٤٢٢,٥٠ سم/ عمود.

الإطار الزمني لعينة تحليل المضمون:

- (أ) التطبيق الأول: تمثل الإطار الزمني للتحليل في شهر يناير ٢٠٠٢ حيث مثل ذروة التنظية للقانون في كل من الصحافة والتلفزيون.
- (ب) التطبيق الثاني: تمثل الإطار الزمني للتحليل في شهر أبريل ومايو، والأيام العشر الأولى من شهر يونيو ٢٠٠٢.

مجتمع وعينة دراسة الجمهور:-

- تمثل مجتمع دراسة الجمهور فى سكان القاهرة الكبرى من سن ٨:١١٢ إلى ٧٠ سنة، وقد تم إضافة محافظة بورسعيد إلى التطبيق الأول لدراسة متغير الانتماس (الارتباط الشخصى بالقضية) لارتباط قانون التعريف الجمركية الجديدة ارتباطاً مباشراً بسكان المحافظة.

عينة الدراسة:

تم اختيار العينة بأسلوب العينة الحصصية ذات الأبعاد وذلك لتمثيل المتغيرات المختلفة المراد قياسها فى الدراسة.

حجم العينة:-

طبقت هذه الدراسة على عينة قوامها ٦٤٤^(١١٤) مفردة بواقع ٣١٠ مفردة فى التطبيق الأول، و ٣٤٤ مفردة فى التطبيق الثانى.

أسلوب سحب العينة:-

- تم تقسيم المحافظات إلى أحياء تمثل المستويات الاقتصادية المختلفة، وتم اختيار ثلاثة أحياء من كل محافظة بطريقة عشوائية.
- تم اختيار شارع داخل كل حى من الأحياء التى تم التطبيق فيها لاختيار مفردات العينة حيث وقع الاختيار على رقم (١) بطريقة عشوائية ليكون بديلة لاختيار مفردات العينة حيث يتم اختيار المنزل رقم (١) ثم من داخله يتم اختيار شقة رقم (١) ثم شقة رقم (١١) وهكذا، ثم يتم اختيار منزل رقم (١١) ومن داخله يتم اختيار شقة رقم (١) ثم شقة رقم (١١) وهكذا إلى أن يتم استكمال مفردات العينة.
- وقد روعى أن تكون مفردات العينة متنوعة من حيث الفئات العمرية والمستويات التعليمية، كما روعى أن يكون هناك تماثل بين عدد المبحوثين فى الأحياء المختلفة^(١١٥)، كذلك روعى أن يكون هناك توازن بين عدد الذكور وعدد الإناث فى العينة^(١١٦).
- لقياس تأثير متغير الانتماس (الارتباط الشخصى بالقضية) تم إدخال بعض الفئات النوعية المرتبطة بالقضية فى كل تطبيق، وذلك على النحو الآتى:-

أ- فى التطبيق الأول:-

- تم اختيار مدينة بورسعيد ضمن العينة لارتباطها التوى بالقانون، ودخل عينة المدينة تم اختيار عينة ممثلة للتجار باعتبارهم متضررين من القانون.
- تم اختيار عينة من تجار القاهرة باعتبارهم متأثرين بالقانون.
- تم اختيار عينة من العاملين بمصانع الملابس الجاهزة بالعاشر من رمضان باعتبارهم مستفيدين من القانون.

أ- فى التطبيق الثانى:-

- تم اختيار عينة من العاملين بالمطاعم والمصانع الوطنية باعتبارهم مستفيدين من المقاطعة.
- تم اختيار عينة من العاملين بالمطاعم والمصانع الأجنبية باعتبارهم متضررين من المقاطعة.

الإطار الزمنى للعينة:-

- (أ) التطبيق الأول: تم تطبيق الدراسة على الجمهور فى الفترة من ١ إلى ١٠ فبراير ٢٠٠٢.
- (ب) التطبيق الثانى: تم تطبيق الدراسة على الجمهور فى الفترة من ١١ إلى ٢٠ يونيو ٢٠٠٢ (١١).

ملاحظات الرأى العام

الفصل الرابع

خصائص العينة فى التطبيق الأول:

يوضح الجدول الآتى خصائص العينة فى التطبيق الأول:

جدول رقم (١): خصائص عينة التطبيق الأول

النوع:	الخصائص	التكرار	النسبة
المنطقة السكنية:	- ذكور	١٦٢	٥٢,٣
	- إناث	١٤٨	٤٧,٧
السن:	- شعبية	٩٦	٣١
	- متوسطة	١١٣	٣٦,٥
	- راقية	١٠١	٣٢,٥
المستوى التعليمى:	- ٢٦ - ١٨	١٠٧	٣٤,٥
	- ٣٦ - ٢٦	٩٢	٢٩,٧
	- ٥١ - ٣٦	٧١	٢٢,٩
	- ٧٠ - ٥١	٤٠	١٢,٩
المحافظة:	- ما دون المتوسط	٢٩	٩,٤
	- متوسط	١٢٥	٤٠,٣
	- جامعى ودراسات عليا	١٥٦	٥٠,٣
الفئة:	- القاهرة	١١٥	٣٧,١
	- الجيزة	١٢٠	٣٨,٧
	- بورسعيد	٧٥	٢٤,٢
الانتماء الحزبى:	- مستهلكو القاهرة الكبرى	١٧١	٥٥,٢
	- تجار القاهرة الكبرى	٢٩	٩,٤
	- تجار بورسعيد	٤٥	١٤,٥
	- مستهلكو بورسعيد	٣٥	١١,٢
	- عاملون بالمصانع	٣٠	٩,٧
المجموع	- غير منتمين لأحزاب	٢٨٩	٩٣,٢
	- منتمون للحزب الوطنى	١٤	٤,٥
	- منتمون لأحزاب معارضة	٧	٢,٣
		٣١٠	١٠٠

خلاص العينة فى التطبيق الثانى :

بوضح الجدول الآتى خصائص العينة فى التطبيق الثانى:

جدول رقم (٢): خصائص عينة التطبيق الثانى

النسبة	التكرار	الخصائص
النوع:		
٦٣,٢	٢١١	ذكور
٣٦,٨	١٢٣	إناث
المنطقة السكنية:		
٢٥,٥	٨٥	شعبية
٤٣,٧	١٤٦	متوسطة
٣٠,٨	١٠٣	راقية
السن:		
٢٨,٤	٩٥	٢٦ - ١٨
٥٢,٤	١٧٥	٤١ - ٢٦
١٩,٢	٦٤	٧٠ - ٤١
المستوى التعليمى:		
٨,٧	٢٩	ما دون المتوسط
٣٨,٩	١٣٠	متوسط
٥٢,٤	١٧٥	جامعى ودراسات عليا
الفئة:		
٧٥,٧	٢٥٣	جمهور
١٢	٤٠	عاملون بالمصانع والمطاعم الوطنية
١٢,٣	٤١	عاملون بالمصانع والمطاعم الأجنبية
١٠٠	٣٤٤	المجموع

أولاً: نتائج التطبيق الأول، (قانون التعريف الجمركية):

أ- نتائج تحليل المضمون:

أولاً: اتجاه الصحافة والتلفزيون نحو القانون:

- اتجاه الصحف نحو القانون:

جدول رقم (٣)

اتجاه الصحف نحو قانون التعريف الجمركية

الاتجاه الصحيفة	مؤيد		معارض		محايد		مؤيد بتحفظ		غير واضح		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأهرام	٢٠	٤٧,٦	٨	١٩	٢	٤,٨	٧	١٦,٧	٥	١١,٩	٤٢	٥١,٢
الوفد	٢	٦,٩	٢٧	٩٣,١	-	-	-	-	-	-	٢٩	٣٥,٤
روزاليوسف	٢	٣٣,٣	-	-	١	١٦,٧	١	١٦,٧	٢	٣٣,٣	٦	٧,٣
صباح الخير	-	-	٣	٦٠	١	٢٠	-	-	١	٢٠	٥	٦,١
المجموع	٢٤	٢٩,٣	٣٨	٤٦,٣	٤	٤,٩	٨	٩,٨	٨	٩,٨	٨٢	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن اتجاه الصحافة كان متارجحاً ما بين التأييد والمعارضة للقانون إذ بلغت نسبة معارضة القانون ٤٦,٣% من إجمالي العينة، وبلغت نسبة تأييد القانون ٢٩,٣% من إجمالي العينة فإذا أضفنا إلى هذه النسبة نسبة المواد المؤيدة بتحفظ بلغ إجمالي المواد المؤيدة ٣٩,١% من العينة الكلية، وبذلك يتضح مدى التقارب ما بين نسبة التأييد ونسبة المعارضة.

وإذا قارنا بين اتجاهات الصحف موضع الدراسة نجد أن جريدة الوفد كانت أكثر الصحف معارضة للقانون إذ بلغت نسبة المواد المعارضة ٩٣,١%، وإذا عرفنا أن المواد ذات الاتجاه المؤيد للقانون لم تكن تعبر عن رأى جريدة الوفد إذ كانت عبارة عن خبر يصاحبه رأى على لسان وزير المالية يدافع فيه عن القانون، وكان هذا الخبر بتاريخ ٢٠٠٢/١٠/١٠ وعنوانه: "وزير المالية: منظمة التجارة لم ترفض التعديلات

الجمركية"، وكان الموضوع الثانى حواراً مع محمد شعيشع رئيس مصلحة الجمارك بتاريخ ٢٠٠٢/١/٣ وعنوانه "التهرب الجمركى جريمة تهدد الأمن الاقتصادى ومنحاربه بشدة ونركز على الملابس" أى أن المادتين اللتين عارضتا القانون وشكلتا نسبة ٦٩% من عينة الوفد لم تعبرا عن رأى الوفد، إذا عرفنا ذلك يمكننا أن نقول إن جريدة الوفد عارضت القانون معارضة مطلقة.

وقد وصف د. نعمان جمعة رئيس حزب الوفد القانون فى جريدة الوفد بتاريخ ٢٠٠٢/١/٢٢ بأنه "شذوذ تشريعى"، كما وصفه عادل صبرى فى الوفد بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٦ بأنه "سقطه سياسية لا يقبلها منطق"، ويضيف عادل صبرى أن "هذه القرارات تعد مياغة اقتصادية أشبه بزوار الفجر فى المطاردات السياسية".

ويتفق موقف جريدة الوفد مع كونها جريدة معارضة تهدف من وراء هجومها على القانون إلى تعرية الحكومة وإظهار سلبياتها لتكسب شعبية جماهيرية على حساب الحكومة، ولتظهر بصورة الحريصة على مصالح الجماهير، كما أن جريدة الوفد أخذت صف محافظة بورسعيد التى أصابها القانون بأضرار جسيمة وذلك لأن محافظة بورسعيد بها نسبة كبيرة من الوفديين كما أن مؤسس جريدة الوفد هو الراحل مصطفى شردى ابن محافظة بورسعيد، وابنه محمد مصطفى شردى صحفى فى الوفد ويتبنى قضايا المحافظة.

وبالنسبة لاتجاه صحيفة الأهرام فهو يثلب عليه تأييد القانون إذ بلغت نسبة المواد المؤيدة للقانون ٤٧,٦%، كما أن ١٦,٧% من المواد مؤيدة بتحفظ، وبالتالي يكون إجمالى نسبة التأييد ٦٤,١% بينما كانت نسبة المواد المعارضة ١٩%، ويرجع ذلك إلى أن الأهرام جريدة قومية وتأخذ فى أغلب الأحيان الموقف الرسمى للحكومة.

وقد اتخذ إبراهيم نافع رئيس مجلس إدارة الأهرام فى مقاله الافتتاحى بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٠ موقفاً مدافعاً عن الحكومة حين قال: "لا ينبغي لأى أحد أن يتخذ الأزيمة متفتساً لأزماته الخاصة، فيوجه سهام نقده غير البناء إلى الحكومة"، ويضيف إبراهيم نافع: "وفقاً بمصر ولنصم أذاننا عن الأصوات الزاعقة بالبكاء والهجاء".

وأما عن اتجاه مجلة روز اليوسف فقد بلغت نسبة المواد المؤيدة والمواد المؤيدة

نظريات الراى العام الفصل الرابع

بتحفظ ٥٠% بينما المواد غير واضحة الاتجاه فقد بلغت نسبتها ٣٣,٣%, والمواد المحايدة ١٦,٧% مما يدل على وجود بعض التارجح فى اتجاه المجلة، وقد برر عبد الله إمام فى روزاليوسف بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٢ صدور القانون بأن "الحكومة أرادت ضبط إيقاع الاستيراد"، كما عبرت مديحة عزت بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٢ عن تأييدها للقانون قائلة: "السلام أمانة لكل من تنبه وأصدر قانون الجمارك أخيراً"، ووصفت المستورد بأنه وباء قاتلة: "لقد حل وباء المستورد".

كما يقول عاصم حنفى فى العدد ذاته من المجلة "تعالوا نحارب المافيا فى قطاعى الاستيراد والتصدير"، ولكن فى تحقيق نشر بالعدد نفسه تصف روزاليوسف تأثير القرارات على مدينة بورسعيد قائلة: "القرارات نزلت على الشارع البورسعيدى كالصاعقة وأصابته الحياة هناك بالشلل"، وعن ضرورة التأنى تقول المجلة فى التحقيق ذاته: "كان يجب التأنى فى إصدار القرارات قبل أى جراحة لمريض لابد من فحص المريض أولاً".

وبالنسبة لاتجاه مجلة صباح الخير فقد كان معارضاً للقانون بنسبة ٦٠% من المواد التى وردت عن القانون ولم ترد بالمجلة مواد مؤيدة للقانون، وقد عبر رؤوف توفيق رئيس تحرير المجلة عن موقف المجلة قائلاً: "كان وقع المفاجأة أشبه بالصدمات التى تفقد العقل والأعصاب"، وتسأل: "هل الهدف هو حماية الصناعة الوطنية أم أنه أسلوب لجمع أكبر قدر من الأموال عن طريق الضرائب والجمارك؟"، ويصف رؤوف توفيق القانون فيقول: "قوائم لا أدرى كيف تفتنوا فى تفاصيلها.. ولا كيف حددوا المبالغ المستحقة عليها بهذا الشكل الجرافى؟"، وتقول كريمة كمال فى مجلة صباح الخير بتاريخ ٢٠٠٢/١/٢٢، "إن القانون لا يحمى الصناعة الوطنية وإنما الذى يحميها هو جودة الإنتاج والبحث عن الأفضل والالتزام بالقواعد والمعايير".

اتجاه التغطية التليفزيونية لقانون التعريف الجمركية:

أوضحت النتائج أن ٧٥% من البرامج التليفزيونية التى تناولت القانون فى القناتين الأولى والثانية بالتليفزيون المصرى كانت مؤيدة للقانون، وإذا أضفنا نسبة البرامج المؤيدة بتحفظ نجد أن ٨٧,٥% من عينة البرامج كانت مؤيدة للقانون، ولم ترد

على الإطلاق برامج معارضة للقانون فى العينة.

ويلاحظ ربط معظم البرامج التلفزيونية بين الوطنية وشراء المنتج المصرى، فالبرامج التلفزيونية اتخذت من القانون فرصة لعمل حملة لتشجيع الصناعة المصرية، فنجد على سبيل المثال فى برنامج (كلمة حق) الذى تقدمه فريدة الزمر وتخرجه كاسير كامل جاءت شعارات مكتوبة على الشاشة قبل تثير البرنامج avant titre حول تشجيع الصناعة المصرية مثل: تشجيع الصناعة المصرية وطنية* و تحسين الإنتاج وطنية أعظم*، كما جاءت عبارة "صنع فى مصر من الشعار إلى الجودة"، أى أن البرنامج بدأ بتأييد مطلق للقانون، كما ذكرت المذيعة فى أثناء الحلقة أن "القانون دعوة جادة وهامة وخطيرة لحماية المنتج المصرى"، كما قالت: "إن جنيتها مصرياً تدفعه لساعة أجنبية يخرج من مصر ولا يعود بينما جنيتها تدفعه لمنتج مصرى يوفر فرص عمل ويفتح بيوتاً ويوفر مستقبل أفضل".

وقد رفع برنامج (أضواء) فى حلقة الأولى بتاريخ ٢٠٠٢/١/٩ شعار "اشتر منتج بلدك تجد وظيفة لولدك"، كما ذكر أشرف عبد الحليم فى برنامج (أخبار الناس) بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٠ أن "حب الوطن يعنى شراء كل ما هو مصرى"، كما تبنى برنامج (ماسبيرو) بتاريخ ٢٠٠٢/١/١٣ شعار "دعوة لحب المنتج المصرى"، كما تخلل البرنامج عبارات مكتوبة على الشاشة تقول: تعرف تحب المنتج المصرى وتشجع الاقتصاد المصرى يبقى أنت أكيد المصرى".

ويتضح مما سبق للتأييد المطلق للقانون حتى وإن كان من بين ضيوف بعض البرامج من يعارض القانون أو يحتفظ عليه إلا أن معظم البرامج كانت تبدأ وتنتهى برسالة مباشرة من مقدمى البرامج تؤكد على تأييد القانون واعتباره منقداً للصناعة المصرية.

ونخلص من نتائج تحليل المضمون إلى أن البيئة المعلوماتية للقانون The Information Environment كانت تتسم بتعدد التيارات والاتجاهات نحو القانون، وأن هذه التيارات كانت انعكاساً للتوجهات السياسية لكل وسيلة، وهو ما يظهر فى الاختلاف بين اتجاه التلفزيون والصحف القومية متمثلة فى جريدة الأهرام من

ناحية والصحف الحزبية متمثلة فى جريدة الوفد من ناحية أخرى، ولذلك يوصف القانون بأنه قضية استقطاب Polarizing Issue إذ تختلف نحوه الاتجاهات باختلاف التوجهات السياسية.

ثانياً: مسارات البرهنة التى تم الاعتماد عليها فى معالجة القانون:

اشتملت مسارات البرهنة التى اعتمدت عليها الصحافة فى معالجة القانون على العديد من الأطروحات أبرزها الأطروحة المعارضة للقانون والأطروحة المؤيدة له، واشتملت كل منهما على مبررات اقتصادية واجتماعية وقانونية، وكان من أبرز المبررات الاقتصادية لمعارضة القانون أنه سيؤدى إلى الركود فى السوق المحلى، وسيلحق أضراراً جسيمة بمحافظة بورسعيد، كما أنه سيؤدى إلى ارتفاع الأسعار نتيجة احتكار المنتجات المحلية للسوق، كذلك فإنه سيضر الصناعة الوطنية لأن الحماية الزائدة تقضى على التجويد والمنافسة، أيضاً فإنه سيؤدى إلى زيادة معدلات التهريب، ومن أبرز المبررات الاجتماعية لمعارضة القانون أنه سيؤدى إلى استغلال المواطنين وتشريد آلاف الأسر وزيادة الفجوة بين الطبقات، وتمثلت المبررات القانونية لمعارضة القانون فى أنه يتعارض مع اتفاقية الجات.

وبالنسبة للأطروحة المؤيدة للقانون كان أبرز المبررات الاقتصادية فيها هى أن القانون يحمى الصناعة الوطنية، ويقضى على ظاهرتى التهريب والإغراق، كما كانت أبرز المبررات القانونية هى أن القانون لا يتعارض مع شروط اتفاقية الجات، كما أنه جاء لإزالة التشوهات الموجودة فى القانون القديم، أما المبررات الاجتماعية فكان أبرزها تحقيق الاستقرار للعاملين وأصحاب المصانع، والحد من انتشار ظاهرة الاستهلاك.

ويلاحظ مما سبق أن المحكات التى اعتمدت عليها الصحافة لتأييد القانون هى ذاتها التى تم الاعتماد عليها لمعارضته.

واشتملت مسارات البرهنة التى قدمتها البرامج التلفزيونية فى معالجة القانون على أطروحتين بارزتين، وهما: الأطروحة المؤيدة والتى قدمت مبررات مشابهة لما قدمته الصحافة، والأطروحة التى تتجاوز القانون وتقترح وسائل للنهوض بالصناعة،

وقد كانت أبرز مقترحاتها: تخفيض تكلفة الإنتاج عن طريق خفض الضرائب وأسعار المواد الخام، والاعتماد على نتائج الأبحاث لتطوير الصناعة، والاهتمام بالموضة العالمية، وإتباع المواصفات القياسية، وتدريب العمالة والاهتمام بالتسويق والدعاية، وتخفيض سعر الإعلان عن المنتجات الوطنية.

ثالثاً: الأطر المرجعية التي تم الاعتماد عليها فى معالجة القانون:

جاءت تصريحات المسؤولين فى المرتبة الأولى بين الأطر المرجعية التى اعتمدت عليها الصحافة على اعتبار أنه قانون أصدرته الحكومة، وبالتالي فإن الصحف اعتمدت على تصريحات المسؤولين فى الحصول على معلومات عن القائلون، وفى تدوير صدور القانون من وجهة النظر الحكومية، وجاء الإطار القانونى فى المرتبة الثانية على اعتبار أن الموضوع به شق قانونى مهم، وهو مدى اتفاقه أو اختلافه مع اتفاقية الجات ومدى دستورية صدور هذا القانون، وقد ورد هذا الإطار المرجعى فى سياق التأييد وفى سياق المعارضة للقانون، ثم جاء الإطار التاريخى فى المرتبة الثالثة وركز على تاريخ مدينة بورسعيد والأسباب التاريخية لنشأة المنطقة الحرة بها.

وقد تكررت تلك الأطر المرجعية فى المعالجة التليفزيونية للقانون، وإن اختلف ترتيبها حيث جاء الإطار المرجعى القانونى فى المرتبة الأولى، ثم الإطار المرجعى التاريخى. ثم جاءت الأمثال والحكم، وتلتها تصريحات المسؤولين.

ب- نتائج دراسة الجمهور الخاصة بقانون التعريف الجبركية^(١١٨):

انعكست اتجاهات التغطية التليفزيونية والصحفية نحو القانون على اتجاهات الجمهور العام، فنجد أن تارجح وسائل الإعلام تجاه القانون قد انعكس على اتجاهات الجمهور حيث كانت نسبة الأفراد شديدي الإيجابية نحو القانون ٢٤,٨% بينما الأفراد الأقل إيجابية فى اتجاهاتهم نحو القانون كانت نسبتهم ٢٩,٧% أى أن هناك تقارباً بين النسبتين.

ج- نتائج اختبارات الفروض الخاصة بالتطبيق الأول:

الختبار الفرض الأول (أ):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو قانون التعريف الجمركية.

لاختبار الفرض تم حساب قيمة كا² بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون)، ومتغير شدة الاتجاه وقد بلغت قيمتها ١١,٠٩٨ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢٥)، ولمعرفة شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق الذى بلغت شدته ٠,١٩ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢٥)، أما معامل ارتباط بيرسون فقد بلغت شدته ٠,٢٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١).

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين منخفضى وكثيفى التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون)، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من منخفضى التعرض (٢٨,١٥) وكثيفى التعرض (٣٣,٤) حيث إن قيمة (ت) = -٢,٧١، وهى دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٧)، أى أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض وشدة الاتجاه نحو القانون.

ومن ثم نقبل الفرض الأول (أ).

ويلاحظ من هذه النتيجة أن الأكثر تعرضاً لوسائل الإعلام اتجاههم أكثر إيجابية نحو القانون، ويرجع ذلك إلى أن التلفزيون الذى يعتمد عليه معظم أفراد العينة، بالإضافة إلى الصحافة القومية، كان اتجاههما إيجابياً نحو القانون، بينما الصحافة المعارضة التى كان اتجاهها سلبياً نحو القانون لم يعتمد عليها سوى ٨,٧% من مفردات العينة، ومن ذلك يتضح لنا أن اتجاه المبحوثين كان متفقاً مع الاتجاه العام للوسائل التى يعتمدون عليها، وفى هذا تأكيد لما أشار إليه بعض الباحثين من أن الرسائل أحادية الاتجاه أكثر تأثيراً على المبحوثين من الرسائل متعددة الاتجاه.

اختبار الفرض الأول (ب):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للتلفزيون وشدة الاتجاه الإيجابي نحو قانون التعريف الجمركية الجديدة.

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة χ^2 بين متغير حجم التعرض للتلفزيون وشدة الاتجاه، وقد بلغت قيمتها ١١,٥٣، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢١)، ولمعرفة شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق الذى بلغت شدته ٠,١٩ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢١)، أما معامل ارتباط بيرسون فقد بلغت شدته ٠,١٨ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠٢)، أى أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للتلفزيون وشدة الاتجاه نحو القانون.

ومن ثم نقبل الفرض الأول (ب).

وترجع العلاقة الطردية بين حجم التعرض للتلفزيون وإيجابية الاتجاه نحو القانون إلى ما سبق الإشارة إليه من أن اتجاه التلفزيون نحو القانون كان إيجابياً بشكل مطلق، كما أنه ربط بين القانون وتشجيع الصناعة المصرية والوطنية.

اختبار الفرض الأول (ج):

توجد علاقة ارتباطية طردية بين حجم التعرض للصحافة وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القانون.

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة χ^2 بين متغير حجم التعرض للصحافة وشدة الاتجاه نحو القانون، وقد بلغت قيمة $\chi^2 = 4,95$ ، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٩).

ولكن بحساب معامل ارتباط بيرسون وجد أن هناك علاقة بين حجم التعرض للصحافة وشدة الاتجاه نحو القانون حيث بلغت قيمة المعامل ٠,٢٠، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١)، أى أن هناك علاقة بين حجم التعرض للصحافة وإيجابية الاتجاه نحو القانون.

وبما أن معامل ارتباط بيرسون يتم حسابه من البيانات الأصلية Raw Data

نظريات الراس العام الفصل الرابع

على عكس معامل ارتباط كاسكا الذى يتم حسابه من البيانات بعد تقسيمها إلى مستويات، فإن معامل ارتباط بيرسون يُعد بنتائج أكثر من معامل ارتباط كاسكا.

ومن ثم نقبل الفرض الأول (ج).

وترجع العلاقة الطردية بين حجم التعرض للصحافة وإيجابية الاتجاه نحو القانون إلى أن ٧٦,٦% من عينة المعتمدين على الصحافة كمصدر أو ثان (وعدهم ١٥٨ مبحوثاً) يعتمدون على الصحف القومية ذات الاتجاه الإيجابى نحو القانون فى مقابل ٢٣,٤% يعتمدون على صحف معارضة.

اختبار الفرض الأول (د):

توجد علاقة ارتباطية بين نوعية الصحيفة (قومية / معارضة) وشدة الاتجاه نحو قانون التعريف الجمركية.

لاختبار هذا الفرض تم حساب قيمة كاسكا بين المتغيرين التى بلغت قيمتها ١١,٥٦، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٣)، وللتعرف على شدة العلاقة تم حساب معامل التوافق الذى بلغت شدته ٠,٢٠ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٣).

وبما أن متغير نوعية الصحيفة متغير اسمى فلا يمكننا حساب معامل ارتباط بيرسون فى هذه العلاقة.

ولمعرفة مدى معنوية الاختلاف بين الأفراد الذين يعتمدون على الصحف القومية والأفراد الذين يعتمدون على الصحف المعارضة من حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه وجود فروق بين متوسط شدة الاتجاه لدى المعتمدين على الصحف القومية (٣٢,٨) والمعتمدين على الصحف المعارضة (٢٩,٢٩) أى أن المعتمدين على الصحف القومية اتجاهاً أكثر إيجابية نحو القانون، ولكن هذه الفروق غير دالة إحصائياً حيث إن قيمة (ت) = ١,٧٩، وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٠٧٤).

ومن ثم نرفض الفرض الأول (د).

اختبار الفرض الثانى:

يؤثر مستوى الوعى السياسى على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه مع ضبط متغير مستوى الوعى السياسى، تم حساب معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت شدته ٠,١٦، وهى علاقة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٤)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغيرات حجم التعرض وشدة الاتجاه عند دخول المتغير الوسيط على العلاقة، تم حساب معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,٣٣ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أى أن دخول للمتغير الوسيط (الوعى السياسى) على العلاقة زاد من شدتها.

وقد تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين متغير الوعى السياسى وشدة الاتجاه، وبلغت قيمته ٠,٢٩ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولمعرفة مدى معنوية الاختلاف بين منخفضى ومرتفعى الوعى السياسى من حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من منخفضى الوعى السياسى (٢٥,٩٦) ومرتفعى الوعى السياسى (٣٤,٤٥) حيث إن قيمة (ت) = -٤,٣٩٢، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أى أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين مستوى الوعى السياسى وشدة الاتجاه.

ومن ثم نقبل الفرض الثانى.

وتشير هذه النتيجة إلى غلبة تأثير التليفزيون والصحف القومية المؤيدين للقانون على تأثير الصحف المعارضة بين الأفراد الأكثر وعياً سياسياً، وخاصة أن نسبة المنتمين للأحزاب المعارضة لا تتجاوز ٢,٣% من مفردات العينة، ويتفق ذلك مع ما أشار إليه كل من باوليك وكاتز (١٩٩٨) Powlick & Katz من أنه عندما يكون تأييد سياسة الحكومة هو الاتجاه السائد فى تغطية وسائل الإعلام (التليفزيون والصحافة القومية فى هذا التطبيق) فإن الأفراد الأكثر وعياً سياسياً يصبحون هم الأكثر تأييداً

نظريات الرأى العام الفصل الرابع

لهذه السياسة، بينما ينخفض هذا التأيد بين الأفراد الأقل وعياً سياسياً^(١١)، خاصة عندما يكون الأفراد الأكثر وعياً سياسياً غير منتمين لأحزاب معارضة لسياسة الحكومة كما هو الحال في الدراسة الحالية.

اختبار الفرض الثالث:

يؤثر مستوى مألوفية القضية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القانون.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه مع ضبط متغير مستوى مألوفية القضية، تم حساب معامل الارتباط الجزئي الذي بلغت شدته ٠,١٢ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه عند إدخال المتغير الوسيط (مستوى مألوفية القضية) على العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذي بلغت شدته ٠,٥٨ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه ازدادت قوة بدخول المتغير الوسيط عليها، مما يوضح التأثير القوي لمستوى مألوفية القضية على العلاقة.

وبحساب معامل ارتباط بيرسون بين متغير مستوى مألوفية القضية وشدة الاتجاه، نجد أن قيمة الارتباط بين المتغيرين بلغت ٠,٥٧ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١) مما يدل على وجود علاقة قوية بين المتغيرين.

ولمعرفة مدى معنوية الاختلاف بين الأدنى والأعلى في مستوى مألوفية القضية من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون، تم إجراء اختبار (ت) الذي أظهرت نتائجه وجود فروق دالة إحصائية بين متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون لدى كل من الأفراد الأدنى في مستوى مألوفية القضية (٢١,٤٩) والأفراد الأعلى في مستوى مألوفية القضية (٣٥,٢٥) حيث إن قيمة (ت) = -٦,١٨ وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١)، أى أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين مستوى مألوفية القضية وشدة الاتجاه نحو القانون.

ومن ثم نقبل الفرض الثالث.

وترجع تلك النتيجة إلى أن ارتفاع مستوى مألوفية القضية لدى الفرد يؤدي إلى زيادة قدرته على تلقى الرسائل المتعلقة بها، ومن ثم يحدث التأثير بها، خاصة إذا كانت هذه الرسائل لا تتعارض مع اتجاهاته ومصالحه الشخصية.

اختبار الفرض الرابع:

يؤثر مستوى الانغماس (الارتباط الشخصي بالقضية) على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القانون.

لمعرفة شدة العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه في حالة ضبط متغير مستوى الانغماس، تم استخدام معامل الارتباط الجزئي الذي بلغت شدته ٠,١٩ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بعد دخول متغير الانغماس على العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذي بلغت شدته ٠,٦٨ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن دخول متغير مستوى الانغماس على العلاقة زادها قوة فبعد أن كانت ٠,١٩ عند مستوى معنوية ٠,٠٠١ أصبحت ٠,٦٨ عند مستوى معنوية ٠,٠٠١.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير مستوى الانغماس وشدة الاتجاه -٠,٦٦، وهي دالة عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١) أى أن هناك علاقة ارتباطية عكسية وقوية بين المتغيرين.

ولقياس مدى معنوية الاختلاف بين غير المنغمسين ومرتقى الانغماس من حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء اختبار (ت) الذي أظهرت نتائجه وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات شدة الاتجاه لدى غير المنغمسين (٣٨,١٦) ومرتقى الانغماس (٣٠,٣٥) حيث إن قيمة (ت) = ٦,٣٦، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١) أى أن هناك علاقة ارتباطية عكسية بين مستوى الانغماس وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القانون.

ومن ثم نقبل الفرض الرابع.

ويرجع ذلك إلى أن الأفراد الأكثر انغماساً في القانون - وهم غالباً المتأجرون

نظريات الراس العام الفصل الرابع

في البضائع المستوردة والأسر المتضررة اقتصادياً من القانون - سيعانون من تطبيق القانون، فإن اتجاهاتهم كانت أكثر سلبية تجاه القانون حيث لم يتأثروا بالمعالجة التليفزيونية الإيجابية للقانون أو بمعالجة بعض الصحف التومية الإيجابية أيضاً، وذلك لأن مصالحهم الشخصية كانت بمثابة المرشح Filter الذي يسمح بمرور الرسائل المنققة مع تلك المصالح فقط دون غيرها.

اختبار الفرض الخامس:

تؤثر درجة إعمال العقل على شدة العلاقة الارتباطية بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القانون.

لمعرفة شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه عند ضبط متغير درجة إعمال العقل، تم استخدام معامل الارتباط الجزئي الذي بلغت قيمته ٠,١٢ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٤٢)، ولمعرفة شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه عند إدخال المتغير الوسيط على العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذي بلغت قيمته ٠,٤٨ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١)، وبمقارنة قيمة معامل الارتباط الجزئي بقيمة معامل الارتباط المتعدد نجد أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة أدى إلى زيادة قوتها.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير درجة إعمال العقل وشدة الاتجاه نحو القانون ٠,٤٧، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١) أي أن هناك علاقة ارتباطية طردية وقوية بين المتغيرين.

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين الأدنى والأعلى في درجة إعمال العقل من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون، تم إجراء اختبار (ت) الذي أظهرت نتائجه وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من الأدنى في درجة إعمال العقل (٢٦,٠٦) والأعلى في درجة إعمال العقل (٣٥,٤) حيث إن قيمة (ت) = -٤,٤١، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١) أي أن هناك علاقة ارتباطية طردية بين درجة إعمال العقل وشدة الاتجاه نحو القانون.

ومن ثم نقبل الفرض الخامس.

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى أن قانون التعريف الجمركية يمس مصالح كافة فئات المجتمع بدرجات متفاوتة، أى أن هناك مستوى مرتفعاً من الارتباط الشخصى بالقانون، ولذلك ازدادت الدافعية لإعمال العقل فى الرسائل التى يتم التعرض لها، والتفكير فى البراهين التى تتضمنها، وبالتالي كان متغير درجة إعمال العقل متغيراً حاسماً فى تحديد مدى التأثير بالرسالة الإعلامية، وبما أن معظم مفردات العينة تعتمد على التلفزيون (٥٨,٤%)، وعلى الصحافة القومية (٣٩%) وبما أن هاتين الوسيلتين اتجاهاً إيجابى نحو القانون، فإن الأكثر تعرضاً كانوا أكثر تأثراً بهاتين الوسيلتين، وبالتالي كانت اتجاهاتهم أكثر إيجابية نحو القانون بشرط ألا يكون مستوى الانغماس مرتفعاً جداً كما هو الأمر بالنسبة لتجار بورسعيد لأنه فى هذه الحالة سيؤدى إلى معالجتهم المتحيزة للرسائل الإعلامية، فالأفراد الأكثر انغماساً قد يقاومون الرسالة حتى لو كانوا غير قادرين على التفكير فى حجج مضادة، وذلك ما أشار إليه روزر Roser فى دراسته عام ١٩٩٠ (١٢٠).

اختبار الفرض السادس (أ):

يؤثر مستوى الحاجة للمعرفة لدى الفرد على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قانون التعريف الجمركية.

لحساب شدة العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه مع ضبط متغير مستوى الحاجة للمعرفة، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته ٠,٢٣ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، ولحساب شدة العلاقة بعد دخول متغير مستوى الحاجة للمعرفة عليها، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,٢٥ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبمقارنة قيمة معامل الارتباط الجزئى بقيمة معامل الارتباط المتعدد نجد أن تأثير دخول المتغير الوسيط كان محدوداً.

ولمعرفة شدة العلاقة بين متغير مستوى الحاجة للمعرفة وشدة الاتجاه، تم حساب معامل ارتباط بيرسون الذى بلغت قيمته ٠,٠٨٢ عند مستوى معنوية أكبر من

٠,٠٥ (٠,١٥)، أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (ا).

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى طبيعة الموضوع حيث إنه كان من البروز لدرجة أن الأفراد الأقل حاجة للمعرفة كانوا على دراية به، وبالتالي لم يكن هذا المتغير مؤثراً في العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه.

اختبار الفرض السادس (ب):

يؤثر مستوى الميل للجدال على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القانون.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئي ٠,٢٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١)، وبمقارنته بقيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٢٤ عند مستوى المعنوية ذاته، نجد أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر على شدتها.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الميل للجدال وشدة الاتجاه ٠,٠٤٢ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٤٦) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (ب).

اختبار الفرض السادس (ج):

يؤثر مستوى السلطوية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القانون.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئي ٠,٢٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١)، وبلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٢٤ عند مستوى المعنوية ذاته، مما يعنى أن تأثير دخول المتغير الوسيط على العلاقة كان محدوداً.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى تقدير الذات وشدة الاتجاه ٠,٠٧٥ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٩) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (ج).

اختبار الفرض السابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين الذين يعتمدون على كل وسيلة من حيث شدة الاتجاه الإيجابي نحو قانون التعريفية الجمركية.

لاختبار هذا الفرض، تم استخدام تحليل التباين في اتجاه واحد ONE-WAY ANOVA لمعرفة مدى التباين في متوسط شدة الاتجاه بين مجموعات المعتمدين على التليفزيون، والمعتمدين على الصحافة القومية، والمعتمدين على الصحافة المعارضة، والمعتمدين على الاتصال الشخصي، والجدول التالي يوضح نتائج هذا التحليل:

جدول رقم (٤)

تحليل التباين بين المبحوثين المعتمدين على الوسائل المختلفة

من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو قانون التعريفية الجمركية

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموعه المربعات	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٣	١٥٢٧,٧٧٠	٥٠٩,٢٥٧	٨,٠٠٥	٠,٠٠٠١
داخل المجموعات	٤٨٨	٣١٠٤٤,٨٨٧	٦٣,٦١٧		
المجموع	٤٩١	٣٢٥٧٢,٦٥٧	—		

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين ذي دلالة إحصائية بين الأفراد المعتمدين على الوسائل المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون حيث إن قيمة (ف) = ٨,٠٠٥، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولتحديد مصدر التباين، تم حساب متوسط شدة الاتجاه نحو القانون، وحساب الفروق ذات الدلالة بين المجموعات، وذلك من خلال اختبار توكي Tukey، وهو ما يتضح في الجدول التالي:

جدول رقم (٥)

اختبار توكى Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات

فى متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون

مصدر التباين	التلفزيون المصرى	الصحافة القومية	الصحافة المعارضة	الاتصال الشخصى	متوسطات شدة الاتجاه
التلفزيون المصرى			*		٣٧,٠٩٩٤
الصحافة القومية			*		٣٧,٣٦٣٦
الصحافة المعارضة	*	*		*	٣٠,٦٢١٦
الاتصال الشخصى			*		٣٥,٥٤٢٥

* تشير إلى الاختلاف الدلالى بين المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين بين متوسط شدة الاتجاه نحو القانون لدى المعتمدين على الصحافة المعارضة (٣٠,٦٢١٦) من ناحية والمعتمدين على كل من التلفزيون المصرى والصحافة القومية والاتصال الشخصى من ناحية أخرى، حيث بلغت متوسطات شدة الاتجاه لديهم ٣٧,٠٩٩٤، ٣٧,٣٦٣٦، ٣٥,٥٤٢٥ على التوالى.

ومن ثم نقبل الفرض السابع.

ويوضح من هذه النتيجة أن اتجاهات المبحوثين نحو القانون كانت متفقة مع اتجاهات الوسائل التى اعتمدوا عليها حيث كان المعتمدون على الصحافة المعارضة أكثر معارضة للقانون من المعتمدين على كل من التلفزيون والصحافة القومية والاتصال الشخصى.

الفصل الرابع = نظريات الراس العام

اختبار الفرض الثامن:

تؤثر الفئة التي ينتمى إليها المبحوث على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو قانون التعريف الجمركية.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل للتيان فى اتجاه واحد ONE-WAY ANOVA والذي تظهر نتائجه فى الجدول التالى:

جدول رقم (٦)

تحليل التباين بين الأفراد المنتمين للفئات المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو قانون التعريف الجمركية

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموعه المربعات	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٤	٧٦٣٢,٠٤٤	١٩٠٨,١١	١١,٩٤٥	٠,٠٠٠١
داخل المجموعات	٣٠٥	٤٨٧١٨,٤٢٤	١٥٩,٧٣٣		
المجموع	٣٠٩	٥٦٣٥٠,٤٦٨	—		

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين ذو دلالة إحصائية بين المبحوثين المنتمين لفئات مختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون حيث إن قيمة (ف) = ١١,٩٤٥، وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولتحديد مصدر التباين تم حساب متوسط شدة الاتجاه نحو القانون، وحساب الفروق ذات الدلالة بين المجموعات، وذلك من خلال اختبار توكى Tukey، وهو ما يتضح فى للجدول الآتى:

جدول رقم (٧)

اختبار توكى Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات فى متوسطات شدة الاتجاه

مصدر التباين	مستهلكو القاهرة الكبرى	تجار القاهرة الكبرى	تجار بورسعيد	مستهلكو بورسعيد	عمال المصانع	متوسطات شدة الاتجاه
مستهلكو القاهرة الكبرى	*	*			*	٣٣,٤٥٠.٣
تجار القاهرة الكبرى	*		*	*	*	١٩,٣٤٤.٨
تجار بورسعيد		*			*	٣٠,٥١١.١
مستهلكو بورسعيد		*			*	٣٠,٨٠٠.٠
عمال المصانع	*	*	*	*		٤١,١٠٠.٠

* تشير إلى الاختلاف الدال بين المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين بين متوسط شدة الاتجاه نحو القانون لدى عمال المصانع (٤١,١٠٠) من ناحية وبقية الفئات من ناحية أخرى حيث إن متوسط شدة الاتجاه لدى عمال المصانع أكبر منه لدى الفئات الأخرى، كما أن هناك تبايناً بين متوسط شدة الاتجاه لدى تجار القاهرة^(١١١) (١٩,٣٤٤.٨) من ناحية وبقية الفئات من ناحية أخرى.

ومن ثم نقبل الفرض الثامن.

ويمكن تفسير تلك النتيجة بالقول إن الفئة التى ينتمى إليها الفرد حددت مدى ارتباطه الشخصى بالقضية، ومن ثم حددت مدى القواعد أو الأضرار التى ستعود عليه من تطبيق القانون، فمثلاً عمال مصانع الملابس الجاهزة كانوا الأكثر تأييداً للقانون لأنهم أكثر المستفيدين منه، فالقانون جاء لحماية صناعة الملابس الجاهزة فى الأسس، بينما نجد تجار البضائع المستوردة هم الأكثر معارضة للقانون لأنهم أكثر المتضررين منه.

اختبار الفرض التاسع (أ):

يؤثر مستوى التعليم على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القانون.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠,٢٥ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبلغت قيمة معامل الارتباط للمتعدد ٠,٢٥ عند مستوى المعنوية ذاته مما يوضح أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر عليها.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى التعليم وشدة الاتجاه ٠,٠٠٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٨٩٨) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض التاسع (أ).

وترجع تلك النتيجة إلى أن القانون كانت له أهمية بالنسبة لمختلف فئات المجتمع ومختلف المستويات التعليمية، ولذلك لم يكن متغير التعليم متغيراً حاسماً فى تحديد مدى التأثير بالرسائل الإعلامية التى تناولت القانون.

اختبار الفرض التاسع (ب):

تؤثر الفئة العمرية على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو القانون.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠,٢٣ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وبلغت قيمة معامل الارتباط للمتعدد ٠,٢٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أى أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر عليها.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير الفئة العمرية وشدة الاتجاه ٠,٠٦٤ وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٦٣) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض التاسع (ب).

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن قانون التعريفات الجمركية لا تقتصر آثاره على فئة عمرية دون الأخرى، وإنما تشمل آثاره كافة الفئات العمرية، ولذلك لم يكن متغير الفئة

نظريات الرأى العام

الفصل الرابع

العمرية متغيراً حاسماً فى تحديد مدى التأثير بالتغطية الإعلامية للقانون.

اختبار الفرض التاسع (ج):

يؤثر نوع المبحوث على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠,٢٥ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٢٥ عند مستوى المعنوية ذاته مما يعنى أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر على شدتها.

ولمعرفة ما إذا كانت هناك فروق معنوية بين الذكور والإناث من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه عدم وجود فروق دالة إحصائية بين الذكور والإناث من حيث متوسطات شدة الاتجاه حيث كان المتوسط لدى الذكور (٣١,٥٧) ولدى الإناث (٣٢,٧٧)، وقد بلغت قيمة (ت) - ٠,٧٧٩ وهى دالة إحصائية عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٤٤) أى أنه لا توجد علاقة بين النوع وشدة الاتجاه نحو القانون.

ومن ثم نرفض الفرض التاسع (ج).

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى أنه لم تكن هناك فروق دالة بين الذكور والإناث من حيث مستوى انغماسهم فى القانون، أى أن القانون يؤثر على كل من الذكور والإناث، ولذلك لم تكن بينهم فروق دالة إحصائية من حيث مدى التأثير بالتغطية الإعلامية للقانون.

اختبار الفرض التاسع (د):

تؤثر المحافظة التى ينتمى إليها المبحوثون على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو القانون.

لاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل التباين فى اتجاه واحد ONE-WAY ANOVA الذى تظهر نتائجه فى الجدول التالى:

جدول رقم (٨)

تحليل التباين بين المبحوثين المنتمين لمحافظة مختلفة

من حيث متوسطات شدة الاتجاه

مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوى المعنوية
بين المجموعات	٢	١٢٩٣,٤٩٨	٦٤٦,٧٤٩	٣,٦٠٦	٠,٠٢٨
داخل المجموعات	٣٠٧	٥٥٠٥٦,٩٧٠	١٧٩,٣٣٩		
المجموع	٣٠٩	٥٦٣٥٠,٤٦٨	—		

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين ذي دلالة إحصائية بين المبحوثين المنتمين لمحافظة مختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون حيث إن قيمة (ف) = ٣,٦٠٦ وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٢٨).

ولتحديد مصدر التباين تم حساب شدة الاتجاه نحو القانون، وحساب الفروق ذات الدلالة بين المجموعات وذلك من خلال اختبار توكي Tukey، وهو ما يتضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (٩)

اختبار توكي Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات

في متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون

مصدر التباين	محافظة القاهرة	محافظة الجيزة	محافظة بورسعيد	متوسطات شدة الاتجاه
محافظة القاهرة	•	•	•	٣٤,٧٩١٣
محافظة الجيزة	•	•	•	٣٠,٧٩١٧
محافظة بورسعيد	•	•	•	٣٠,٢٥٣٣

نظريات الرأى العام ===== الفصل الرابع

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين بين متوسط شدة الاتجاه نحو القانون لدى سكان القاهرة من ناحية (٣٤,٧٩١٣) وسكان الجيزة (٣٠,٧٩١٧) وسكان بورسعيد (٣٠,٢٥٣٣) من ناحية أخرى. ومن ثم نقبل الفرض التاسع (د).

وترجع تلك النتيجة إلى اختلاف مستوى الارتباط الشخصى لأبناء كل محافظة بالقانون، وحجم الآثار المترتبة على تطبيقه على أبناء كل محافظة، فعلى سبيل المثال نجد المبحوثين من محافظة بورسعيد اتجاهاتهم أقل إيجابية نحو القانون، وذلك لأن الآثار السلبية التى ستعود عليهم من تطبيق القانون كثيرة وخطيرة. اختبار الفرض العاشر:

يؤثر متغير الانتماء الحزبى على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قانون التعريف الجمركية. بلغت قيمة معامل الارتباط الجزئى ٠,٢٥ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، ولمعرفة شدة العلاقة بعد دخول المتغير الوسيط على العلاقة، تم حساب معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,٢٦ عند مستوى المعنوية ذاته، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن تأثير دخول المتغير الوسيط على العلاقة تأثير محدود للغاية. وقد تم استخدام تحليل التباين فى اتجاه واحد لمعرفة مدى التباين فى متوسط شدة الاتجاه بين الأفراد غير المنتمين حزبياً، والأفراد المنتمين للحزب الوطنى، والأفراد المنتمين لأحزاب معارضة، وقد أظهرت نتائج التحليل عدم وجود تباين ذو دلالة إحصائية بين الأفراد ذوى الانتماءات الحزبية المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو القانون حيث إن قيمة (ف) = ١,٢٦، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٩).

ومن ثم نرفض الفرض العاشر.

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى ضعف الانتماءات الحزبية بين مفردات العينة، وفى محافظات مصر عموماً، ولذلك فإن متغير الانتماء الحزبى لا يلعب دوراً مؤثراً فى تحديد مدى التأثير بالتنظية الإعلامية لأية قضية.

ثانياً: نتائج التطبيق الثانى (قضية المقاطعة):

أ- نتائج تحليل المضمون:

أولاً: اتجاه الصحافة والتلفزيون نحو قضية المقاطعة:

- اتجاه الصحف نحو قضية المقاطعة:

جدول رقم (١٠)

اتجاه الصحف نحو قضية المقاطعة

الاتجاه الصحيفة	مؤيد		معارض		مؤيد يتحفظ		غير واضح		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأهرام	٥١	٧٣,٩	١٠	١٤,٥	٦	٨,٧	٢	٢,٩	٦٩	٤٣,٩
الوفد	٦٥	٨٩,١	٤	٥,٥	٢	٢,٧	٢	٢,٧	٧٣	٤٦,٥
روز اليوسف	٢	٤٠	٣	٦٠	-	-	-	-	٥	٣,٢
صباح الخير	٧	٧٠	-	-	-	-	٣	٣٠	١٠	٦,٤
المجموع	١٢٥	٧٩,٦	١٧	١٠,٨	٨	٥,١	٧	٤,٥	١٥٧	١٠٠

يتضح من بيانات الجدول السابق أن الصحافة كان يغلب عليها تأييد قضية المقاطعة إذ بلغت نسبة التأييد ٧٩,٦% من إجمالى المواد التى تناولت المقاطعة، فإذا أضفنا إليها نسبة المواد المؤيدة بتحفظ والتى بلغت ٥,١% يصبح إجمالى المواد المؤيدة ٨٤,٧% من العينة فى مقابل ١٠,٨% نسبة المواد المعارضة للمقاطعة.

وإذا قارنا بين اتجاهات الصحف المختلفة نجد أن جريدة الوفد كانت أكثر الصحف تأييداً للمقاطعة إذ بلغت نسبة المواد المؤيدة للمقاطعة بها ٨٩,١% من إجمالى المواد التى قمتها، وذلك ما عبر عنه السيد الفضبان فى مقاله فى الوفد بتاريخ ٢٠٠٢/٤/٢٧ إذ قال إن "الصحافة الوطنية (الحزبية والمستقلة ودرجة ما الصحافة القومية) قد تولت الدعوة للمقاطعة كاشفة التأثير المتوقع على المصالح الأمريكية والإسرائيلية مع نشر قوائم سوداء للمتعاملين فى هذه السلع والإرشاد للسلع البديلة".

نظريات الراى العام الفصل الرابع

وبالنسبة لمجلة روزاليوسف نجد أن موقفها متأرجح ما بين التأييد للمقاطعة بنسبة ٤٠% والمعارضة لها بنسبة ٦٠% ولكن يقل من تأثير روزاليوسف أن نسبة المواد التي وردت بها عن المقاطعة لا تمثل سوى ٣,٢% من عينة المواد الصحفية.

أما بالنسبة لمجلة صباح الخير فلم ترد بها مواد معارضة للمقاطعة، وبلغت نسبة تأييدها للمقاطعة ٧٠%، بينما جاءت ٣٠% من موادها غير واضحة الاتجاه.

وقد تعددت مستويات المقاطعة ما بين التأييد المطلق للمقاطعة الأمريكية والإسرائيلية بكل أشكالها إلى المعارضة المطلقة للمقاطعة الأمريكية والإسرائيلية بكل أشكالها.

وقد جاء تأييد المقاطعة الاقتصادية لأمريكا وإسرائيل معاً في المرتبة الأولى بنسبة ١٨,٥% من إجمالي العينة، وقد عبر محمود المراعى فى الأهرام بتاريخ ٢٠٠٢/٥/٧ عن ذلك التأييد حين قال "نحن نضرب فى الجسد الحى عندما نلعب بورقة التجارة والاقتصاد" ثم جاء تأييد المقاطعة السياسية والاقتصادية لإسرائيل والاقتصادية فقط لأمريكا فى المرتبة الثانية بنسبة ١٤% من إجمالي العينة، ثم تأييد المقاطعة الاقتصادية لإسرائيل فقط فى المرتبة الثالثة بنسبة ١٠,٢% ثم جاء تأييد المقاطعة الإسرائيلية بكل أشكالها بنسبة ٨,٩%، والنسبة ذاتها حظى بها تأييد المقاطعة الاقتصادية لأمريكا، وقد عبر السيد الغضبان فى الوفد بتاريخ ٢٠٠٢/٤/١٣ عن جدوى المقاطعة الاقتصادية لأمريكا بقوله "إن الشعوب تملك منازل العملاق الأمريكى فى ساحات كثيرة تعرف الشعوب فيها كيف تثخن جسد هذا العملاق بجراح خطيرة"، وقد هاجم أمير سعودى الولايات المتحدة الأمريكية فى جريدة الوفد بتاريخ ٢٠٠٢/٥/١٣، وقال مبرراً أهمية المقاطعة الاقتصادية لأمريكا "إن ثمن سبجارة دخلن أمريكى تعادل قيمة رصاصة وإن وجبة من مطعم أمريكى أو زجاجة مياه غازية تقدم وجبة كاملة لعدة أسر فلسطينية". وقد جاء تأييد المقاطعة الأمريكية والإسرائيلية بكل أشكالها بنسبة ٦,٤%، والنسبة ذاتها حظى بها تأييد المقاطعة النفطية.

وفى تحليل لأسامة غيث بالأهرام بتاريخ ٢٠٠٢/٥/١١ ذكر بعض مبررات تأييد المقاطعة النفطية قائلاً: "إن البترول قوة ردع مؤثرة وفعالة بكل حسابات

الاستراتيجية الكونية للمصالح، وأضاف "أن الدول الكبرى تستخدم كل وسائل الضغط والتخويف والتهديد غير المشروعة لتفريغ المنتجين من الإرادة ووحدة الهدف والقرار وضمان تحييد البترول كقوة ردع مشروعة فى النطاق العالمى.. ومع ثبوت أن جانباً حيويًا وعضويًا من معاناة العالم العربى والإسلامى ومشاكله يرتبط بامتلاكه قدرات هائلة من إنتاج النفط، فإن اللحظة المناسبة قد حانت للدعوة لتفعيل دور النفط كقوة ردع".

اتجاه التغطية التليفزيونية نحو قضية المقاطعة:

أوضحت النتائج أن ٦٠% من البرامج التليفزيونية التى تناولت قضية المقاطعة على القناتين الأولى والثانية بالتليفزيون المصرى كانت مؤيدة للمقاطعة، وقد تركزت معظم هذه النسبة فى برنامج "رئيس تحرير" حيث تبنى حمدي قنديل مقدم البرنامج الدعوة للمقاطعة فى العديد من حلقات البرنامج، ومن عبارات حمدي قنديل التى أوضحت تأييده للمقاطعة "مش هنفرق بل هنقاطع" و "العرب أساتذة فى استخدام سلاح المقاطعة فلماذا حلال لهم وحرام علينا؟".

وقد جاءت البرامج المعارضة للمقاطعة فى المرتبة الثانية بنسبة ٢٠% من البرامج فى العينة وقد تمثلت فى برنامج (أخبار الناس) بتاريخ ٢٠٠٢/٤/٢٥ الذى عارض المقاطعة صراحة مبرراً ذلك بأنها تضر الاقتصاد المصرى وتشرد آلاف الأسر، أما البرنامج الثانى فهو برنامج (حوار) لمحمد الحسينى بتاريخ ٢٠٠٢/٥/١٧ الذى عارض المقاطعة ضمناً من خلال الحديث عن نظام الفرائيز ومزاياه بالنسبة للصناعة المحلية، ودعوته للخريجين الجدد وأصحاب المشروعات الصغيرة الذين يريدون تطوير إنتاجهم ليتصلوا بجمعية الفرائيز المصرية.

وقد جاءت البرامج المحايدة وغير واضحة الاتجاه بنسبة ١٠% لكل منها، وتمثلت فى برنامج (المنتدى الاقتصادى) بتاريخ ٢٠٠٢/٥/١٨، والذى تناول تأثير الأوضاع السياسية فى الشرق الأوسط على العلاقات الاقتصادية مع إسرائيل، وقد اتسم اتجاه البرنامج بعدم الوضوح، أما حلقة برنامج (المنتدى الاقتصادى) بتاريخ ٢٠٠٢/٦/١ فقد تناولت مدى إمكانية اتخاذ موقف عربى ضد المصالح الأمريكية فى

البلاد العربية، واتسم اتجاه البرنامج بالحيادية حيث عرض وجهات النظر المختلفة دون تغليب لإحداها على الأخرى.

ثانياً: مسارات البرهنة التي تم الاعتماد عليها في معالجة قضية المقاطعة:-

لشملت مسارات البرهنة التي قدمتها وسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) على أطروحات متشابهة، كانت أبرزها الأطروحة المؤيدة للمقاطعة، وتضمنت مبررات سياسية واقتصادية واجتماعية وتاريخية، وكان من أبرز المبررات السياسية: الرد على الاعتداءات الإسرائيلية والرد على التحيز الأمريكي للسافر لإسرائيل، والضغط على الولايات المتحدة وتهديد مصالحها لتعدل سياستها تجاه الصراع العربي - الإسرائيلي، وكان من أبرز المبررات الاقتصادية: إلحاق الخسائر بالاقتصاد الأمريكي وضرب الاقتصاد الإسرائيلي وتشجيع المنتجات المحلية، وكان من أبرز المبررات الاجتماعية: التعبير عن الغضب الشعبي، ومساندة أبناء فلسطين، وتمثلت المبررات التاريخية في أن سلاح المقاطعة تم استخدامه بنجاح في فترات تاريخية سابقة مثل استخدام سلاح البترول في حرب أكتوبر، واستخدام المصريين لسلاح المقاطعة ضد الاستعمار الأجنبي، واستخدام الولايات المتحدة الأمريكية لسلاح المقاطعة ضد العديد من الدول.

ثالثاً: الأطر المرجعية التي اعتمدت عليها وسائل الإعلام في معالجة قضية المقاطعة:-

جاءت الأطر المرجعية التاريخية في المرتبة الأولى بين الأطر التي اعتمدت عليها الصحافة، ومن أبرزها: تاريخ الصراع العربي الإسرائيلي، واستخدام سلاح البترول في حرب أكتوبر، وجاء الإطار المرجعي القانوني في المرتبة الثانية، ومن أبرز الأمثلة عليه قرارات مجلس الأمن، وقواعد ومواثيق الشرعية الدولية، واتفاقيات الجات، ثم جاءت تصريحات المسؤولين في المرتبة الثالثة.

وبالنسبة للأطر المرجعية التي اعتمدت عليها التلفزيون نجد الاقتباسات الصحفية في المرتبة الأولى، يليها الأطر المرجعية التاريخية ثم تصريحات المسؤولين.

ب- نتائج دراسة الجمهور الخاصة بقضية المقاطعة^(١٢٢):

انعكس الاتجاه السائد من قبل وسائل الإعلام تجاه المقاطعة على اتجاهات الجمهور العام حيالها حيث نجد أن ٥١,٢% من أفراد العينة اتجاهاهم شديد الإيجابية

الفصل الرابع = نظريات الراى العام

نحو المقاطعة فى مقابل ٢٧,٥% تجاههم أقل إيجابية نحو المقاطعة أى أن الاتجاه العام للجمهور يغلب عليه التأييد للمقاطعة مما يبرز تأثير وسائل الإعلام ومدى انقسام الصفوة أو اتفاقهم على اتجاهات الجمهور.

جـ- نتائج اختبارات الفروض:

اختبار الفرض الأول:

اختبار الفرض الأول (أ) :

توجد علاقة ارتباطية بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

اتضح عدم وجود علاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو المقاطعة حيث إن قيمة كاسى = ٢٨ - ٨,٠٠١، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٠٩٢).

وقد بلغت شدة معامل ارتباط بيرسون -٠,٠٧٩ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٥١)، ويتضح من ذلك أن العلاقة ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً.

ومن ثم نرفض الفرض الأول (أ).

ويمكن تفسير عدم وجود علاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام والاتجاه نحو

قضية المقاطعة فى ضوء الأسباب الآتية:

- إن قضية المقاطعة ليست بالقضية الجديدة حيث بدأت عام ١٩٥١ بقرار من جامعة الدول العربية، وقد تم إنشاء مكتب لمقاطعة إسرائيل ومقره دمشق، وعادة ما تثار قضية المقاطعة فى وسائل الإعلام عندما تزداد حدة الصراع مع إسرائيل، وبالتالي فإن تأثير وسائل الإعلام يكون أقل فى مثل هذه القضايا مقارنة بالقضايا الجديدة التى تثار للمرة الأولى (مثل: قانون التعريف الجمركية الجديدة).
- لعب الاتصال الشخصى دوراً كبيراً فى تشكيل اتجاهات أفراد الجمهور نحو قضية المقاطعة، حيث كان يتم توزيع قوائم سوداء على المنازل فى كافة أنحاء الجمهورية، وتتضمن هذه القوائم أسماء الشركات التى تساند الصهيونية، وتطالب بمقاطعة بضائعها.

• بالنسبة لكل وسيلة كانت توجد نسبة من الرسائل المعارضة بجانب الرسائل المؤيدة، فعلى سبيل المثال: كانت نسبة الرسائل المؤيدة في التلفزيون ٦٠% في مقابل ٤٠% مابين رسائل معارضة ومحيدة وغير واضحة الاتجاه، وبالنسبة لجريدة الأهرام كانت ٧٣,٩% من الرسائل مؤيدة في مقابل ١٤,٥% من الرسائل معارضة، و ٨,٧% مؤيدة بتحفظ، و ٢,٩% غير واضحة الاتجاه، وفي مجلة روزاليوسف كان يوجد شبه انقسام مابين التأييد بنسبة ٤٠% والمعارضة بنسبة ٦٠%.

• تتفق هذه النتيجة مع ما أشار إليه زيلر من أن البيئة المعلوماتية متعددة الرسائل والاتجاهات تتخفف قدرتها التأثيرية مقارنة بالبيئة المعلوماتية أحادية الاتجاه، أي أن سعي وسائل الإعلام للوفاء ببعض متطلبات التغطية الموضوعية أضعف من قدرتها التأثيرية^(١٣).

اختبار الفرض الأول (ب):

توجد علاقة ارتباطية بين متغير حجم التعرض للتلفزيون ومتغير شدة الاتجاه الإيجابي نحو قضية المقاطعة.

قتضح عدم وجود علاقة بين متغير حجم التعرض للتلفزيون ومتغير شدة الاتجاه حيث إن قيمة كا^٢ = ١,٣٧٠، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٨٤٩)، وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين ٠,٠٧٣ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٨٠).

ومن ثم نرفض الفرض الأول (ب).

ويمكن تفسير هذه النتيجة في ضوء ما تم ذكره في الفرض الأول (أ).

اختبار الفرض الأول (ج):

توجد علاقة ارتباطية بين متغير حجم التعرض للصحافة ومتغير شدة الاتجاه الإيجابي نحو قضية المقاطعة.

قتضح وجود علاقة بين متغير حجم التعرض للصحافة ومتغير شدة الاتجاه الإيجابي حيث إن قيمة كا^٢ = ١٢,٨٢٦، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية

الفصل الرابع نظريات الرأى العام

أقل من ٠,٠٥ (٠,٠١٢)، ولمعرفة شدة العلاقة بين المتغيرين تم حساب معامل التوافق الذى بلغت شدته ٠,٢٠ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠١٢).

وبحساب معامل ارتباط بيرسون بين المتغيرين بلغت شدة العلاقة ٠,٢٠ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين منخفضى وكثيفى التعرض للصحافة من حيث متوسطات شدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائج أن هناك فروقاً دالة إحصائية بين متوسطات شدة الاتجاه لدى منخفضى التعرض للصحافة (٦٦,٢٢) وكثيفى التعرض للصحافة (٦١,٤٦) حيث إن قيمة (ت) = ٢,٨٥٢، وهى قيمة دالة إحصائية عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٥) أى أن هناك علاقة ارتباطية عكسية بين متغير حجم التعرض للصحافة ومتغير شدة الاتجاه نحو قضية المقاطعة.

ومن ثم نقبل الفرض الأول (ج).

وبلاحظ أن كثيفى التعرض للصحف لتجاههم أقل إيجابية نحو المقاطعة مقارنة بمنخفضى التعرض للصحف، ويرجع ذلك إلى أن معظمهم يعتمدون على الصحافة القومية وليست الصحافة المعارضة، والصحافة القومية أقل تأييداً للمقاطعة من الصحافة المعارضة التى اعتمد عليها ٥,٤% فقط من مفردات العينة.

ويمكن تفسير تلك النتيجة فى ضوء نموذج "التلقى - القول - العينة"، وذلك على النحو الآتى:

- إذا افترضنا أن الأكثر تعرضاً للمضامين السياسية والاقتصادية فى الصحافة أكثر وعياً سياسياً، فإن هؤلاء الأفراد يزداد تعرضهم للرسائل المضادة، كما يزداد قدرتهم على تنفيذ ومقاومة الرسائل المسيطرة^(١٢٤)، وقد يتغير اتجاههم فى ناحية الرسائل المضادة (المعارضة للمقاطعة) إذا كانت هذه الرسائل قد اكتسبت مع الوقت كثافة نسبية^(١٢٥)، أى أنهم تحدث لهم ما يسمى بالمقاومة المضادة Countervalent Resistance وهى تلك التى تحدث إذا استوعب الأفراد رسائل مضادة خلال فترة تغيير الاتجاه وتأثروا بها^(١٢٦).

نظريات الرأى العام

الفصل الرابع

اختبار الفرض الثانى.

يؤثر متغير مستوى الوعى السياسى على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

تم حساب معامل الارتباط الجزئى بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالة ضبط متغير الوعى السياسى، وقد بلغت قيمة المعامل -٠,١٤ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٨٠٣). وبعد ذلك تم حساب معامل الارتباط المتعدد بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالة وجود متغير مستوى الوعى السياسى، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط ٠,١٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٤). وبمقارنة قيمة معامل الارتباط الجزئى بقيمة معامل الارتباط المتعدد نجد أن دخول المتغير الوسيط زاد من شدة العلاقة وحولها من علاقة غير دالة إحصائياً إلى علاقة دالة إحصائياً.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير مستوى الوعى السياسى ومتغير شدة الاتجاه -٠,١٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠١١). ولمعرفة مدى معنوية الفروق بين الأدنى والأعلى فى مستوى الوعى السياسى من حيث متوسطات شدة الاتجاه الإيجابى، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه وجود فروق دالة إحصائياً بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من منخفضى مستوى الوعى السياسى (٦٤,٦) ومرتفعى مستوى الوعى السياسى (٦١,٩) حيث إن قيمة (ت) = ٢,٠٦، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٤١)، مما يعنى أن هناك علاقة عكسية بين مستوى الوعى السياسى وشدة الاتجاه. ومن ثم نقبل الفرض الثانى.

ويمكن للباحثة تفسير هذه النتيجة فى ضوء أن الأفراد الأكثر وعياً سياسياً يحتمل بدرجة أكبر أن يكونوا قد تعرضوا فى فترات سابقة لرسائل إعلامية تتناول قضية المقاطعة، أى أن الموضوع بالنسبة لهم قد لا يكون جديداً مما يجعل اتجاهاتهم تنسم بدرجة أكبر من الثبات، وهذا هو التفسير ذاته الذى قدمه فينكل (٢٠٠٠) Finkel

لتأثير متغير الوعى السياسى فى الدراسة التى أجراها فى جمهورية الدومينيكا^(١٢٧) Dominican Republic، كذلك فإن الأفراد الأكثر وعياً سياسياً يقاومون الرسائل السائدة لأنهم يتعرضون لمعلومات متنوعة مما يمكنهم من مجادلة تلك الرسائل السائدة فى وسائل الإعلام، كما أنهم يمتلكون مخزوناً كبيراً من الاعتبارات Considerations، وبالتالي فإن قبول أية رسالة جديدة يتأثر بتلك الاعتبارات المخزنة من قبل، وهو ما يعرف بالمقاومة الذاتية Inertial Resistance^(١٢٨).

اختبار الفرض الثالث:

يؤثر مستوى مألوفية القضية على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة. للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه الإيجابى فى حالة ضبط متغير مستوى مألوفية القضية، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت شدته -٠,٠٥٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٩٩)، وبمقارنته بمعامل الارتباط المتعدد بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى وجود المتغير الوسيط الذى بلغت شدته ٠,٠٩٦ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٩)، وبمقارنته بمعامل الارتباط المتعدد بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى وجود المتغير الوسيط الذى بلغت شدته ٠,٠٩٦ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢١٨) نجد أن العلاقة ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً فى الحالتين مما يثبت أن دخول المتغير الوسيط (مألوفية القضية) على العلاقة لم يؤثر عليها، ويؤكد ذلك أيضاً أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير مستوى مألوفية القضية وشدة الاتجاه بلغت -٠,٠٧٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٦٠) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض الثالث.

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى ارتفاع مستوى مألوفية قضية المقاطعة بالنسبة لمعظم مفردات العينة حيث إن ٩٢,٢% منهم لديهم مستوى متوسط إلى مرتفع من المألوفية، وبالتالي لم يكن هذا المتغير الوسيط عاملاً حاسماً فى تحديد مستوى التأثير

برسائل وسائل الإعلام بخصوص القضية.

اختبار الفرض الرابع:

يؤثر مستوى الانغماس (الارتباط الشخصى بالقضية) على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتليفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه نحو قضية المقاطعة مع ضبط متغير الانغماس، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته -٠,٠٢ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٦٨٦)، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٥٨ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١)، مما يعنى قوة العلاقة بين متغير مستوى الانغماس وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة من منظور الدراسات الإنسانية، ويلاحظ أن العلاقة عكسية، فكلما ارتفع مستوى الانغماس انخفضت شدة الاتجاه الإيجابى.

وللتعرف على ما إذا كانت هناك فروق معنوية بين منخفضى ومرتفعى الانغماس من حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه أن هناك فروقاً معنوية بين المتوسطات لدى كل من منخفضى الانغماس (٦٤,٧) ومرتفعى الانغماس (٥٠,٨)، حيث بلغت قيمة (ت) ١٠,٦٢، وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١) أى أن هناك علاقة عكسية بين مستوى الانغماس وإيجابية الاتجاه نحو المقاطعة.

ومن ثم نقبل الفرض الرابع.

ويمكن تفسير تلك النتيجة فى ضوء أن الأفراد الأكثر انغماساً وارتباطاً شخصياً - وهم العاملون فى الجهات الأجنبية فى مصر سواء كانت مصانع أو شركات أو مطاعم - هم الأكثر تضرراً من تطبيق المقاطعة، ولذلك فإنهم كانوا أكثر مقاومة للرسائل الإعلامية المؤيدة للمقاطعة والتى كانت سائدة فى وسائل الإعلام لأنها تتعارض مع مصالحهم الشخصية.

اختبار الفرض الخامس:

تؤثر درجة إعمال العقل على شدة العلاقة الارتباطية بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) ومتغير شدة الاتجاه الإيجابي نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه في حالة ضبط المتغير الوسيط، تم استخدام معامل الارتباط الجزئي الذي بلغت شدته -0.08 عند مستوى معنوية أكبر من 0.05 (0.144)، وللتعرف على شدة العلاقة بعد دخول متغير درجة إعمال العقل، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد والذي بلغت شدته -0.08 عند مستوى معنوية أكبر من 0.05 (0.344)، ويلاحظ أن قيمة معامل الارتباط متساوية في الحالتين، كما أنها علاقة ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً أي أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر عليها.

ويؤكد هذه النتيجة قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير درجة إعمال العقل ومتغير درجة إعمال العقل ومتغير شدة الاتجاه إذ بلغت -0.02 عند مستوى معنوية أكبر من 0.05 (0.96)، مما يؤكد عدم وجود علاقة بين المتغيرين.

وبذلك نرفض الفرض الخامس.

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى أن قضية المقاطعة وإن كانت تهم غالبية أفراد المجتمع إلا أنها لا تؤثر بصورة مباشرة إلا على نسبة محدودة، ولذلك فإن 69.2% من مفردات العينة لديهم مستوى منخفض من الانغماس، وبالتالي ينخفض مستوى دافعيتهم لإعمال العقل في الرسائل التي يتعرضون لها، مما يترتب عليه أن متغير درجة إعمال العقل لم يكن متغيراً حاسماً في تحديد مستوى التأثير بالرسائل الإعلامية.

اختبار الفرض السادس:

اختبار الفرض السادس (أ):

يؤثر مستوى الحاجة للمعرفة على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو قضية المقاطعة. للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه في حالة ضبط

نظريات الرأى العام الفصل الرابع

المتغير الوسيط، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته -0.082 عند مستوى معنوية أكبر من 0.05 (0.14)، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد 0.086 عند مستوى معنوية أكبر من 0.05 (0.33)، ويلاحظ أن قيمة المعاملين ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً، مما يوضح عدم وجود تأثير للمتغير الوسيط على العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير مستوى الحاجة للمعرفة ومتغير شدة الاتجاه 0.026 عند مستوى معنوية أكبر من 0.05 (0.63) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (أ).

اختبار الفرض السادس (ب):

يؤثر مستوى الميل للجدال على شدة العلاقة الارتباطية بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالة ضبط المتغير الوسيط، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته -0.078 عند مستوى معنوية أكبر من 0.05 (0.10)، وعند إدخال المتغير الوسيط على العلاقة كانت قيمة معامل الارتباط المتعدد 0.082 عند مستوى معنوية أكبر من 0.05 (0.331) مما يوضح عدم وجود علاقة فى الحالتين حيث إن قيمة معامل الارتباط ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً، كما يوضح عدم وجود تأثير للمتغير الوسيط على شدة العلاقة.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى الميل للجدال وشدة الاتجاه 0.024 عند مستوى معنوية أكبر من 0.05 (0.67) مما يؤكد عدم وجود علاقة.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (ب).

ويمكن إرجاع تلك النتيجة إلى أن قضية المقاطعة كانت قضية اتجاه سائد حيث كانت تميل معظم الوسائل الإعلامية إلى تأييد المقاطعة - من حيث المبدأ - وكذلك كان معظم أفراد الجمهور، ولذلك فإن مستوى الميل للجدال لم يكن عاملاً حاسماً فى

تحديد مدى التأثير بالرسائل الإعلامية التى تناولت القضية.

اختبار الفرض السادس (ج):

يؤثر مستوى السلطوية على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه فى حالة ضبط تأثير المتغير الوسيط، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت شدته - ٠,٠٨٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١١)، وللتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه عند إدخال المتغير الوسيط، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,٠٨٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٨)، ويتضح مما سبق تساوى قيمة المعاملين، وهى قيمة ضعيفة جداً، كما أن العلاقة غير دالة إحصائياً أى أنه لا يوجد تأثير للمتغير الوسيط على العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى السلطوية وشدة الاتجاه - ٠,٠٠٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٨٩) مما يؤكد عدم وجود علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض السادس (ج).

اختبار الفرض السادس (د):

يؤثر مستوى تقدير الذات على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه فى حالة ضبط مستوى تقدير الذات، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته - ٠,٠٨٤ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٢٤)، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط المتعدد ٠,٠٨٧ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٨٤)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة لم يؤثر عليها بل ظلت ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً.

نظريات الرأى العام

الفصل الرابع

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين مستوى تقدير الذات وشدة الاتجاه - ٠,٠٢١ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٦٦٩).

ومن ثم نرفض الفرض السادس (د).

اختبار الفرض السابع:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين المبحوثين الذين يعتمدون على كل وسيلة من حيث شدة الاتجاه نحو المقاطعة.

لاختبار هذا الفرض، تم استخدام تحليل التباين فى اتجاه واحد ONE-WAY ANOVA لمعرفة مدى التباين فى متوسط شدة الاتجاه بين مجموعات المعتمدين على التليفزيون، والمعتمدين على الصحافة القومية، والمعتمدين على الصحافة المعارضة، والمعتمدين على الاتصال الشخصى، وقد أظهرت نتائج التحليل وجود تباين ذات دلالة إحصائية بين الأفراد المعتمدين على الوسائل المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه نحو المقاطعة حيث إن قيمة (ن) = ٤,٧٥٧، وهى قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٠١).

ولتحديد مصدر التباين، تم حساب متوسط شدة الاتجاه نحو قضية المقاطعة، وحساب الفروق ذات الدلالة بين المجموعات، وذلك من خلال اختبار توكى Tukey، وهو ما يتضح فى الجدول التالى:

جدول رقم (١١)

اختبار توكي Turkey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات في متوسطات شدة الاتجاه نحو المقاطعة

مصدر التباين	التلفزيون المصري	الصحافة القومية	الصحافة المعارضة	الإذاعات الأجنبية	القنوات الفضائية	الاتصال الشخصي	متوسطات شدة الاتجاه
التلفزيون المصري					*		٦١,٨١
الصحافة القومية			*		*		٦٠,٦٩
الصحافة المعارضة		*					٦٨,٢٢
الإذاعات الأجنبية							٦٢,١٤
القنوات الفضائية	*	*				*	٦٨,٥٢
الاتصال الشخصي					*		٦٢,٩٨

(*) تشير هذه العلامة إلى الاختلاف الدلالي بين المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق وجود تباين بين متوسط شدة الاتجاه نحو المقاطعة لدى المبحوثين المعتمدين على القنوات الفضائية (٦٨,٥٢) من ناحية، والمعتمدين على كل من التلفزيون المصري والصحافة القومية والاتصال الشخصي من ناحية أخرى حيث بلغت متوسطات شدة الاتجاه لديهم ٦١,٨١، ٦٠,٦٩، ٦٢,٩٨ على التوالي، أى أن المعتمدين على القنوات الفضائية كان اتجاههم أكثر إيجابية نحو المقاطعة مقارنة بالمعتمدين على الصحافة القومية والتلفزيون المصري والاتصال الشخصي، كما يتضح من الجدول أيضاً أن هناك تبايناً بين الأفراد المعتمدين على الصحافة القومية (٦٠,٦٩) والمعتمدين على الصحافة المعارضة (٦٨,٢٢) فالمجموعة الثانية أكثر تأييداً للمقاطعة من المجموعة الأولى.

ومن ثم نقبل الفرض السابع.

ويتضح من هذه النتيجة أن اتجاهات المبحوثين نحو قضية المقاطعة كانت متفككة

نظريات الرأي العام الفصل الرابع

مع اتجاهات الوسائل التي اعتمدوا عليها، فعلى سبيل المثال نجد أن المعتمدين على الصحافة المعارضة أكثر تأييداً للمقاطعة من المعتمدين على الصحافة القومية حيث إن الصحافة المعارضة عادة ما تكون أكثر تشدداً في مواقفها من الصحافة القومية.

اختبار الفرض الثامن:

تؤثر الفئة التي ينتمي إليها المبحوث على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابي نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام وشدة الاتجاه نحو المقاطعة مع ضبط متغير الفئة التي ينتمي إليها المبحوث، تم استخدام معامل الارتباط الجزئي الذي بلغت قيمته -0.082 عند مستوى معنوية أكبر من 0.05 (0.131)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بعد إدخال المتغير الوسيط تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذي بلغت قيمته 0.46 عند مستوى معنوية أقل من 0.05 (0.0001)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن دخول المتغير الوسيط زاد من شدة العلاقة بدرجة كبيرة كما حولها من علاقة غير دالة إحصائياً إلى علاقة دالة إحصائياً مما يوضح قوة تأثير هذا المتغير على العلاقة.

وللتعرف على مدى التباين بين المجموعات المختلفة من حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء تحليل تباين في اتجاه واحد ONE-WAY ANOVA بين المجموعات، والذي أظهرت نتائجه وجود تباين بين المجموعات من حيث شدة الاتجاه حيث إن قيمة (F) = 61.69، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من 0.01 (0.0001).

وللتعرف على مصدر التباين، تم إجراء اختبار توكي Tukey الذي تظهر نتائجه في الجدول الآتي:

جدول رقم (١٢)

اختبار توكى Tukey لتحديد مصدر التباين بين المجموعات فى متوسطات شدة الاتجاه

مصدر التباين	جمهور عام	عاملون بالمصانع والمطاعم الوطنية	عاملون بالمصانع والمطاعم الأجنبية	متوسطات شدة الاتجاه
جمهور عام			•	٦٤,٨٨
عاملون بالمصانع والمطاعم الوطنية			•	٦٢,٢
عاملون بالمصانع والمطاعم الأجنبية	•	•		٤٩,١٩

• تشير إلى الاختلاف الدلالى بين المجموعات.

يتضح من بيانات الجدول السابق أن هناك تبايناً بين كل من الجمهور العام والعاملين فى جهات وطنية من ناحية، والعاملين فى الجهات الأجنبية من جهة أخرى، ويظهر ذلك فى الفارق الكبير بين المتوسطات حيث إن متوسط شدة الاتجاه لدى الجمهور العام كان ٦٤,٨٨ ولدى العاملين بالجهات الوطنية كان ٦٢,٢ بينما لدى العاملين بالجهات الأجنبية كان ٤٩,١٩.

ومن ثم نقبل الفرض الثامن.

وترجع تلك النتيجة إلى أن الفئة التى ينتمى إليها الفرد تحدد النتائج التى ستعود عليه من تطبيق المقاطعة، فعلى سبيل المثال نجد أن العاملين بالجهات الأجنبية مثل المطاعم والمصانع هم أكثر الفئات تضرراً، ولذلك كانوا الأكثر معارضة للمقاطعة.

اختبار الفرض التاسع:

اختبار الفرض التاسع (أ):

يؤثر مستوى التعليم على شدة العلاقة بين حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة. للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه مع ضبط للمتغير الوسيط (مستوى التعليم)، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته

نظريات الرأى العام

٠٠١٦- عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٦٣)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بين حجم التعرض وشدة الاتجاه عند دخول المتغير الوسيط فى العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,١٢ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٠) وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن دخول المتغير الوسيط لم يؤثر على العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، فهو وإن كان قد زاد من شدة العلاقة إلا أنها ظلت علاقة ضعيفة وغير دالة إحصائياً.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين متغير مستوى التعليم وشدة الاتجاه - ٠,١٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٣٧) أى أن هناك علاقة ارتباطية عكسية بين المتغيرين، ولكنها ضعيفة.

ومن ثم نرفض الفرض التاسع (أ).

اختبار الفرض التاسع (ب):

تؤثر الفئة العمرية على شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) وشدة الاتجاه الإيجابى نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه فى حالة ضبط متغير الفئة العمرية، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته - ٠,٨٢ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٣)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بعد إدخال المتغير الوسيط تم حساب معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قوته ٠,١٠ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,١٧)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن العلاقة ضعيفة جداً وغير دالة إحصائياً فى الحالتين، أى أن دخول المتغير الوسيط لم يؤثر على قوة العلاقة أو يحولها إلى علاقة دالة إحصائياً.

وقد بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين الفئة العمرية وشدة الاتجاه - ٠,٦٣ عند مستوى معنوية أكبر من ٠,٠٥ (٠,٢٥) أى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومن ثم نرفض الفرض التاسع (ب).

ويمكن تفسير تلك النتيجة بأن قضية المقاطعة لا ترتبط بفئة عمرية دون الأخرى، وإنما هى قضية سياسية إيديولوجية شغلت الشباب، وخاصة شباب الجامعات

الذى خرج فى مظاهرات مطالباً بالمقاطعة، كما شغلت كبار السن، وحتى أطفال المدارس شاركوا فى عملية المقاطعة، ولذلك فإن الفئة العمرية لم تكن عاملاً حاسماً فى تحديد مدى الاهتمام بالقضية، أو مدى التأثير بالتغطية الإعلامية الخاصة بها.

اختبار الفرض التاسع (ج):

يؤثر متغير النوع على شدة العلاقة الارتباطية بين متغير حجم التعرض لوسائل الإعلام (صحافة وتلفزيون) ومتغير شدة الاتجاه نحو قضية المقاطعة.

للتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض ومتغير شدة الاتجاه فى حالة ضبط متغير النوع، تم استخدام معامل الارتباط الجزئى الذى بلغت قيمته - ٠,١٤ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٨)، وللتعرف على مدى شدة العلاقة بين متغير حجم التعرض وشدة الاتجاه عند دخول المتغير الوسيط (النوع) على العلاقة، تم استخدام معامل الارتباط المتعدد الذى بلغت قيمته ٠,٢١ عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠١)، وبمقارنة قيمة المعاملين نجد أن دخول المتغير الوسيط على العلاقة زاد من شدتها، مما يوضح أن له تأثيراً على شدة العلاقة.

وللتعرف على مدى معنوية الفروق بين الذكور والإناث من حيث متوسطات شدة الاتجاه، تم إجراء اختبار (ت) الذى أظهرت نتائجه أن هناك فروقاً معنوية بين متوسطات شدة الاتجاه لدى كل من الذكور (٦١,٥) والإناث (٦٤,٦) لصالح الإناث حيث إن قيمة (ت) = - ٢,٨٩ وهى دالة إحصائياً عند مستوى معنوية أقل من ٠,٠٥ (٠,٠٠٤)، أى أن هناك علاقة بين متغير النوع وشدة الاتجاه نحو المقاطعة.

ومن ثم نقبل الفرض التاسع (ج).

ونرجع تلك النتيجة إلى أن الذكور كانوا أكثر انغماساً فى قضية المقاطعة لأن بعضهم يعمل فى جهات أجنبية ستلحق بها أضرار كثيرة نتيجة للمقاطعة، ولذلك كان الذكور أقل تأثراً بالتغطية الإعلامية التى يغلب عليها تأييد المقاطعة، وبالتالى كانت اتجاهاتهم أقل إيجابية نحو القضية مقارنة بالإناث، أى أن الإناث كن أكثر تأثراً بالتغطية المؤيدة للمقاطعة.

يمكن من خلال النتج الذى تم التوصل إليها من خلال اختبارات الفروض فى التطبيقين، تقسيم المتغيرات الوسيطة إلى ثلاث فئات على النحو التالى:

أ- متغيرات قوية التأثير:

وهى تلك المتغيرات التى ثبت تأثيرها فى التطبيقين على شدة العلاقة بين حجم التعرض والاتجاه سواء بالإيجاب أو بالسلب، وهى متغيرات مستوى الوعى السياسى، ومستوى الانغماس فى القضية، والفئة النوعية التى ينتمى إليها المبحوث، ونوع الوسيلة التى يعتمد عليها.

ب- متغيرات متوسطة التأثير:

وهى تلك المتغيرات التى ثبت تأثيرها فى تطبيق، ولم يثبت فى تطبيق آخر، وهى: مستوى مألوفية القضية (التطبيق الأول)، درجة إعمال العقل (التطبيق الأول)، نوع المبحوث (التطبيق الثانى).

ج- متغيرات ضعيفة التأثير:

وهى تلك المتغيرات التى لم يكن لها تأثير فى التطبيقين، وهى المتغيرات الخاصة بالسمات الشخصية (الحاجة للمعرفة، الميل للجدال، السلطوية، تقدير الذات)، ومستوى التعليم والسن والانتماء الحزبى.

ونخلص من نتائج اختبارات الفروض إلى أن طبيعة القضية تعد هى المحدد الرئيسى لمدى ثبات صحة فروض النموذجين أو عدم ثبات صحتها، ولذلك ينبغى إجراء دراسات مستقبلية على نوعيات مختلفة من القضايا، وفئات مختلفة من الجمهور للتحقق من مدى ثبات صحة الفروض عبر التطبيقات المختلفة.

نموذج "التلقى - إعمال العقل - القبول": Reception - Elaboration - Acceptance Model

تقترح الباحثة - بناء على النتائج التى توصلت إليها الدراسة - نموذجاً تكاملياً يجمع بين نموذج "التلقى - القبول - العينة" ونموذج "إحتمالية إعمال العقل"، وهو نموذج "التلقى - إعمال العقل - القبول" Reception- Elaboration- Acceptance Model (REA)، وهو نموذج يستفيد من مزايا النموذجين، ويتلافى النقاط التى أغفلها

كل نموذج، ويمكن أن يكون منطلقاً لدراسات مستقبلية.

وتقوم فكرة النموذج المقترح على حقيقة أن عملية التلقى وعملية إعمال العقل لا يحدثان بشكل متزامن، وإنما بشكل متتابع، ولذلك يمكن تحقيق الربط والتكامل بين النموذجين، ويمكن توضيح ذلك فى النقاط التالية:

تمر عملية تشكيل وتغيير الاتجاهات وفقاً لنموذج "التلقى - إعمال العقل - القبول" REA بالمرحل الآتية:

مرحلة التلقى: بما فيها من انتباه وفهم للرسالة، وهى تعد نقطة الارتكاز الأساسية للنموذج، فبدون حدوث انتباه وفهم للرسالة لا يمكن أن ينتقل الفرد للمراحل التالية فى عملية تشكيل الاتجاه، ولكن مع ملاحظة أن مستويات الفهم متفاوتة بين الأفراد حيث يتحكم فى ذلك متغيرات كثيرة، منها: مستوى المعرفة المسابقة والمستوى التعليمى والإطار الثقافى والسياق الذى تقدم من خلاله الرسالة، وغيرها من المتغيرات.

مرحلة إعمال العقل: وهى المرحلة التالية لعملية التلقى، وفيها يتدرج المتلقى فى مستوى إعماله للعقل فى الرسائل التى تلقاها ما بين اللا إعمال للعقل (الطريق الهامشى) والإعمال التام (الطريق المركزى)، مع ملاحظة أن مستوى إعمال العقل يرتبط إلى حد كبير بمستوى الفهم الذى حدث فى المرحلة السابقة.

مرحلة القبول (أو الرفض): وفيها يقبل المتلقى (أو يرفض) الرسائل التى تلقاها بناء على النتيجة التى خرج بها من إعمال عقله فى هذه الرسائل، وما تتضمنه من حجج وبراهين ومفاتيح هامشية.

مرحلة تغيير الاتجاه: وهى المرحلة النهائية والمترتبة على مدى قبول أو رفض الرسائل التى تم تلقيها وإعمال العقل فيها^(١٢٩).

- (1) Robert S. McWilliams (2000) "The Influence of Heuristic Cues on Juror Decision- Making Using Traditional and 21st Century Legal Communication Research Methods", Doctoral Dissertation, University of Kansas, *Dissertation Abstracts International*, vol. 61, no.12A, p. 4925.
- (2) James A. Stimson (1995) "Opinion And Representation", *American Political Science Review*, vol. 89, no.1, p. 182.
- (3) Richard Petty & John Cacioppo (1986a) "The Elaboration Likelihood Model of Persuasion" In: Leonard Berkowitz (ed.) "Advances In Experimental Social Psychology", vol.19, (London, Academic Press, Inc.), p. 125.
- (4) Kathleen Kelley Reardon (1991) "Persuasion In Practice" (London: Sage Publications), p. 68.
- (5) Richard Petty & John Cacioppo (1986a), *Op. Cit.*, p. 127.
- (6) Daniel O'Keefe (1991) "Persuasion: Theory and Research" 3rd ed. (Calif.: Sage Publications), p. 96.
- (7) Prachant Malaviya et al. (1996) "The Effect of Type of Elaboration on Advertisement Processing and Judgment", *Journal of Marketing Research*, vol. XXXIII, p. 410.
- (8) Richard Petty & John Cacioppo (1986a), *Op. Cit.*, p. 129.
- (9) Michael Miller & Timothy Levine (1996) "Persuasion" In: Michael Salwen & Don W. Stacks (Eds.) "An Integrated Approach to Communication Theory and Research" (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers), p. 264.
- (10) Richard Petty & John Cacioppo (1986a), *Op. Cit.*, p. 125.
- (11) Emory Griffin (1994) "A First Look at Communication Theory", 2nd ed. (New York: McGraw-Hill, Inc.), p. 239.
- (12) Shelly Chaiken (1980) "Heuristic Versus Systematic Information Processing and the Use of Source Versus Message Cues In Persuasion", *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 39, no.5, pp. 753-754.
- (13) Emory Griffin, *Op. Cit.*, pp. 244-245.

- (14) Daniel O'Keefe, *Op. Cit.*, pp. 106-107.
- (15) Emory Griffin, *Op. Cit.*, p. 239.
- (16) Abraham Tesser & David Shaffer (1990) "Attitudes and Attitude Change", *Annual Review of Psychology*, vol. 41, p. 510.
- (17) *Ibid*, pp. 510-511.
- (18) *Ibid*, p. 507.
- (19) Robert Cialdini et al. (1981) "Attitude and Attitude Change", *Annual Review of Psychology*, vol. 32, p. 365.
- (20) Abraham Tesser & David Shaffer, *Op. Cit.*, p. 507.
- (21) Richard Petty & John Cacioppo (1986a), *Op. Cit.*, p. 127.
- (22) *Ibid*, p. 128.
- (23) *Ibid*, p. 132.
- (24) *Ibid*, p. 138.
- (25) *Ibid*, p. 152.
- (26) *Ibid*, p. 163.
- (27) *Ibid*, p. 175.
- (28) *Ibid*, pp. 136-137.
- (29) Connie Roser (1990) "Involvement, Attention and Perceptions of Message Relevance In the Response to Persuasive Appeals", *Communication Research*, vol. 17, p. 571.
- (30) Richard Petty & John Cacioppo (1986a), *Op. Cit.*, pp. 145-146.
- (31) Richard Petty & John Cacioppo (1990), Involvement and Persuasion: Tradition Versus Integration", *Psychological Bulletin*, vol. 107, no.3, p. 368..
- (32) Blair T. Johnson (1994) "Effects of Outcome- Relevant Involvement and Prior Information on Persuasion", *Journal of Experimental Social Psychology*, vol. 30, pp. 556-579.

- (33) Mohammed Pourslami (1996) "College Students' Candom Use Intention: Persuasion Through The Theory of Reasoned Action and Elaboration Likelihood Model", Doctoral Dissertation, The University of Toledo, **Dissertation Abstracts International**, vol. 57, no. 3A, p. 1039.
- (34) Michael Tarrant & Christine Overdevest (1997) "The Effect of Persuasive Communication Strategies on Rural Resident Attitudes Toward Ecosystem Management", **Society and Natural Resources**, vol.10, pp. 537-550.
- (35) April E. Metzler, David Weiskotten & Keith J. Morgan (2000) "Adolescent HIV Prevention: An Application of The Elaboration Likelihood Model", **Paper Presented at the Annual Conference of the American Psychological Association**, August 4-8/2000, Pennsylvania.
- (36) Nancy A. Rader (1994) "Dual Information Processing: Can It Occur When Music is Utilized as a Peripheral Cue in Persuasive Communications ?", Doctoral Dissertation, University of Southern California, **Dissertation Abstracts International**, vol. 56, no. 9B, p. 5226.
- (37) Wai-Peng Lee (1997) "The Effects of Cognitive And Affective Inoculation Appeals In Conferring Resistance Against Cognitive and Affective Attacks", Doctoral Dissertation, The University of Wisconsin- Madison, **Dissertation Abstracts International**, vol. 58, No. 10A, p. 3768.
- (38) Marion E. Davis (2001) "The Influence of Cultural Styles of Reasoning on Attitudinal and Cognitive Responses to Persuasive Messages", Doctoral Dissertation, University of Michigan, **Dissertation Abstracts International**, vol. 62, no.18, p. 598.
- (39) Richard Petty & John Cacioppo (1982), **Op. Cit.**, p. 116.
- (40) Angela M. Carter (1998) "Need for Cognition and Interpersonal Influence: Individual Difference In Impact on Group Decisions", Master Dissertation, Queen's University At Kingston (Canada), **Master Abstracts International**, Vol. 37, No.1, p. 382.

- (41) Robert J. Weiss (2000) "Implications of the Elaboration Likelihood Model for Automation Monitoring Failure", Doctoral Dissertation, The University of Nebraska, **Dissertation Abstracts International**, vol. 61, No. 48, p. 2259.
- (42) Jennifer D. Greer (1996) "Unleashing the Watchdogs On Political Advertising: The Influence of Need for Cognition, Argument Quality, and Source Credibility on Newspaper Adwatch Effectiveness", Doctoral Dissertation, University of Florida, **Dissertation Abstracts International**, vol. 57, no. 10A, p. 4178.
- (43) Steven L. Michaels (1997) "Cognitive and Affective Responses to Humorous Advertisements", Doctoral Dissertation, Wayne State University, **Dissertation Abstracts International**, vol. 58, no.11B, p. 6282.
- (44) Paul A. Estin (1998) "Examples In Decision Argumentation (Persuasion)", Doctoral Dissertation, The University of Michigan, **Dissertation Abstracts International**, vol. 59, No. 7B, p. 3724.
- (45) Robert S. McWilliams (2000) "The Influence of Heuristic Cues on Juror Decision-Making Using Traditional and 21st Century Legal Communication Research Methods", Doctoral Dissertation, University of Kansas, **Dissertation Abstracts International**, vol. 61, No. 12A, p. 4925.
- (46) Daniel A. Hrubes (2001) "The Role of Nonverbal Behavior in Persuasion", Doctoral Dissertation, University of Massachusetts Amherst, **Dissertation Abstracts International**, vol. 62, No. 9B, p. 4274.
- (47) Ronald O. Bearden (2002) "Hermeneutical Aids to Conclusion Drawing, Polyseny Reduction, and Persuasion with Implications for Homiletic Theory", Doctoral Dissertation, Regent University, **Dissertation Abstracts International**, vol. 63, no. 2A, p. 418.
- (48) Bruce A. Landis (1988) "The Effects of Argumentativeness and Issue Involvement on Persuasiveness, Persuasibility, and Group Interaction", Doctoral Dissertation, Kent State University, **Dissertation Abstracts International**, vol. 50, No. 6A, p. 1482.

- (49) Dean C. Kazoleas (1992) "The Impact of Argumentativeness and Cynicism on Cognitive Response and Attitude Change", Doctoral Dissertation, Michigan State University, **Dissertation Abstracts International**, vol. 53, no. 7A, p. 2160.
 - (50) Dean C. Kazoleas (1993) "The Impact of Argumentativeness on Resistance to Persuasion", **Human Communication Research**, vol. 20, no. 1, p. 121.
 - (51) Barbara J. Leclerc (1997) "Argumentation and Appropriate Resistance to Persuasion", Doctoral Dissertation, State University of New York at Stony Brook, **Dissertation Abstracts International**, vol. 58, no. 9A, p. 3565.
 - (52) Michael W. Rowley (1997) "Channel and Multiple Sources: An Examination of the Effects of Peripheral Cues On Persuasion", Doctoral Dissertation, The Florida State University, **Dissertation Abstracts International**, vol. 58, no. 60A, p. 2192.
 - (53) Yasmin Gobal (1996) "Selling In Cyberspace: An Investigation of Modality Effects on Cognitive Processing of Persuasive Communication on the Internet (World Wide WEB)", Doctoral Dissertation, University of Georgia, **Dissertation Abstracts International**, vol. 58, no. 2A, p. 330.
 - (54) Arnold B. Bakker (1999) "Persuasive Communication About AIDS Prevention: Need for Cognition Determines the Impact of Message Format", **AIDS Education And Prevention**, vol. 11, no. 2, pp. 150-162.
 - (55) John Zaller (1991) "Information, Values, and Opinion", **American Political Science Review**, Vol. 85, No. 4, pp. 1215-1216.
 - (56) *Ibid.*, p. 1216.
 - (57) John Zaller (1992) "The Nature and Origins of Mass Opinion" (London: Cambridge University Press), p.58.
 - (58) Martin Johnson (2001) "The Influence of Contextual Information, Repeated Interaction, and Social Connectedness on Political Behavior" **Unpublished Paper**, Texas, p. 2.
- يمكن الحصول على الدراسة بمراسلة الباحث على عنوان البريد الإلكتروني:
Pressley@rice.Edu

- (59) Michael Butzer & Lionel Marquitz (2000) "Public Opinion Formation In Swiss Federal Votes", Paper Presented for the ECPR Joint Session of Workshops: Do Campaigns Matter ?, 14-19 April 2000, Copenhagen, p.5.
- (60) John Zaller (1992), *Op. Cit.*, p. 36.
- (61) *Ibid.*, p. 308.
- (62) John Zaller (1987) "Diffusion of Political Attitudes", *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 53, No. 5. p. 822.
- (63) John Zaller (1992), *Op. Cit.*, p. 308.
- (64) *Ibid.*, pp. 139-140.
- (65) *Ibid.*, pp. 118-119.
- (66) John Zaller (1991), *Op. Cit.*, p. 1218.
- (67) John Zaller & Stanley Feldman (1992a) "A Simple Theory of the Survey Response: Answering Questions Versus Revealing Preferences", *American Journal of Political Science*, vol. 36, no.3, p. 585.
- (68) John Zaller (1992), *Op. Cit.*, p. 40.
- (69) *Ibid.*, p. 42.
- (70) John Zaller (1991), *Op. Cit.*, p. 1216.
- (71) Russell J. Dalton, Paul A. Beck & Robert Huckfeldt (1998) "Partisan Cues and the Media: Information Flows in the Presidential Election", *American Political Science Review*, vol. 92, no. 1, p. 113.
- (72) John Zaller (1991), *Op. Cit.*, p. 1215.
- (73) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley (1997) "Priming Theory and RAS Models: Toward An Integrated Perspective of Media Influence", *American Politics Quarterly*, vol. 25, p. 289.
- (74) Russell J. Dalton, Paul A. Beck & Robert Huckfeldt, *Op. Cit.*, p. 124.

- (75) Michael Butzer & Lionel Marquitz, *Op. Cit.*, p. 5.
- (76) John Zaller (1991), *Op. Cit.*, p. 120.
- (77) John Zaller (1992), *Op. Cit.*, p. 210.
- (78) *Ibid.*, p. 21.
- (79) *Ibid.*, p. 21.
- (80) *Ibid.*, p. 17.
- (81) *Ibid.*, p. 21.
- (82) Michael Butzer & Lionel Marquitz, *Op. Cit.*, p. 4.
- (83) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley, *Op. Cit.*, p. 289.
- (84) Philip J. Powlick & Andrew Z. Katz (1998) "Defining The American Public Opinion / Foreign Policy Nexus", *International Studies Quarterly*, vol. 42, p. 33.
- (85) *Ibid.*, p. 36.
- (86) John Zaller (1992), *Op. Cit.*, pp. 8-9.
- (87) *Ibid.*, p. 11.
- (88) *Ibid.*, p. 20.
- (89) *Ibid.*, p. 23.
- (90) John Zaller (1994) "Elite Leadership of Mass Opinion: New Evidence From the Gulf War" In: W. Lance Bennett & David L. Paletz (Eds.) "Taken By Storm: The Media, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War" (Chicago and London: The University of Chicago Press), p. 188.
- (91) R. Michael Alvarez & John Brehm (1995) "American Ambivalence Towards Abortion Policy: Development of "Heter- Oskedastic Probit Model of Competing Values", *American Journal of Political Science*, vol. 39, no. 4, pp. 1077-1078.
- (92) Michael F. Meffert & Peter R. Schrott (1996) "Television News and Political Attitudes: The 1990 German Election", *Paper Presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association*, The San Francisco Milton and Towers, August 29- September 1, 1996.

- (93) Russell J. Dalton, Paul A. Beck & Robert Huckfeldt, *Op. Cit.*, pp. 111-126.
- (94) Michael Butzer & Lionel Marquitz, *Op. Cit.*
- (95) Rüdiger Schmitt-Beck (2001) "Mass Communication, Personal Communication and Vote Choice: The Filter Hypothesis of Media Influence in Comparative Perspective", Unpublished Paper.
تم الحصول على هذه الدراسة بالاتصال الشخصى بالباحث على عنوان البريد الإلكتروني: schmitt-beck@zuma-mannheim.de.
- (96) Iheanyi Emmanuel Okoro (1996) "The Role of the U.S. Mass Media in The Political Socialization of Nigerian Immigrants in the United States", Doctoral Dissertation, University of North Texas, *Dissertation Abstracts International*, vol. 57, No. 07A, p. 3231.
- (97) Steven E. Finkel (2000) "Can Tolerance be Taught? Adult Civic Education and the Development of Democratic Values", *Paper Presented at the Conference "Rethinking Democracy in the New Millennium"*, University of Houston, February 16-19, 2000.
- (98) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley, *Op. Cit.*, pp. 287-318.
- (99) Philip J. Powlick & Andrew Z. Katz, *Op. Cit.*, pp. 29-62.
- (100) Michael F. Meffert & Peter R. Schrott, *Op. Cit.*
- (101) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley, *Op. Cit.*, pp. 287-318.
- (102) Taeku Lee (1998) "Black Insurgency and The Dynamics of Racial Attitudes In The United States, 1956-64", *Paper Presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association*, Washington, D.C.
- (103) John Zaller (1999) "Perversities in the Ideal of the Informed Citizenry", *Paper Presented at Conference on "The Transformation of Civic Life"*, Middle Tennessee State University, Murfreesboro and Nashville, Tennessee, November 12-13, 1999, Cited at: www.nts.edu/~seig/paper-j-zaller.html on 19/4/2001.

- (104) Michael Butzer & Lionel Marquitz, Op. Cit.
- (105) Rüdiger Schmitt- Beck, Op.Cit.
- (106) Constance Carole Milbourne (1992) "An Application of The Elaboration Likelihood Model: Motivation of Students on the Senior Assessment in General Education, The University of Tennessee, Dissertation Abstracts International, vol.53, no. 7A, p. 2161.
- (107) Robin L. Nabi (1998) "Reasoning Through Emotion: An Explication and Test of a Cognitive-Functional Model for The Effects of Discrete Negative Emotions on Information Processing, Attitude Change, and Recall", Doctoral Dissertation, University of Pennsylvania, Dissertation Abstracts International, vol. 59, no. 4A, p. 996.
- (108) R. Michael Alvarez & John Brehm, Op. Cit., pp. 1055-82.
- (109) Li Chu Chen (1997) "The Mediating Role of Prior Knowledge and Involvement in The Response to Persuasive Appeals", Doctoral Dissertation, State University of New York, Dissertation Abstracts International, vol. 58, no. 78, p. 3938.
- (١١٠) قام بإجراء التثبت مع الباحثة كل من د. أيمن منصور ندا (المدرس بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام)، و أ. إيمان فتحي (الباحثة بقسم العلاقات العامة والإعلان - بكلية الإعلام).
- (١١١) قام بتحكيم الاستمارة الأستاذة الأتية أسماؤهم:
- أستاذة الإعلام: أ.د. محمود يوسف، أ.د. سلوى إمام، د. محمد نبيل طلب، د. نهلة الحفناوى.
- أستاذة الاقتصاد: أ.د. منى البرادعى، أ.د. عبد الحميد غزالى، أ.د. محمد رثيف مسعد، أ.د. سامى السيد.
- أستاذة علم النفس: أ.د. صفوت فرج، أ.د. محمد نجيب الصبوة.
- (١١٢) لمزيد من التفاصيل عن نتائج اختبارات التثبت: شيماء ذو الفقار حامد (٢٠٠٣) "التغطية التلفزيونية والصحفية للقضايا العامة فى مصر وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الرأي العام نحو هذه القضايا". دراسة مسحية، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة القاهرة: كلية الإعلام).

- (١١٣) تم اعتبار سن الثامنة عشرة بداية لإطار العينة باعتباره يمثل نهاية مرحلة الطفولة وفقاً لتعريف اليونسكو وقانون الطفل المصرى.
- (١١٤) تم تطبيق الدراسة على ٧٠٠ مفردة بواقع ٣٥٠ مفردة فى كل تطبيق، ولكن تم استبعاد الاستمارات الناقصة أو التى وجد بها عدم اتساق فى الإجابات.
- (١١٥) الفروق الموجودة بين عدد مفردات العينة داخل كل حى يرجع إلى استبعاد بعض الاستمارات غير المكتملة أو التى بها عدم اتساق فى الإجابات، وفى التطبيق الثانى يلاحظ زيادة نسبة العينة فى الحى المتوسط وذلك لتركز العاملين بالمصانع والمطاعم فى الأحياء المتوسطة.
- (١١٦) يلاحظ فى التطبيق الثانى زيادة عدد الذكور عن عدد الإناث، وذلك يرجع إلى أن العاملين بالمصانع والمطاعم التى تم التطبيق فيها كانوا من الذكور.
- (١١٧) قام الباحثون الآتية أسماؤهم بمعاونة الباحثة فى ملء الاستمارات مع الجمهور: (الباحثون من خريجي كلية الإعلام).
- أ. صلاح فتحى، أ. أحمد الخشاب، أ. ريهام الطيب، أ. دينا عبد السلام، أ. محمود زكى، أ. محمد فتحى، أ. نسرين عبد العزيز.
- (١١٨) لمزيد من التفاصيل حول النتائج العامة للتطبيق الأول: شيماء ذو الفقار حامد (٢٠٠٣) مرجع سابق، ص ص ٣١٤-٣٥٧.
- (119) Philip J. Powlick & Andrew Z. Katz, *Op. Cit.*, pp. 29-62.
- (120) Connie Roser (1990) "Involvement, Attention, and Perceptions of Message", *Communication Research*, vol. 17, pp. 571-601.
- (١٢١) تم التطبيق على تجار سوق غزة، وهم يعتمدون فى تجارتهم على البضائع المستوردة التى يتم تهريبها إلى داخل القاهرة.
- (١٢٢) لمزيد من التفاصيل حول النتائج العامة للتطبيق الثانى: شيماء ذو الفقار حامد (٢٠٠٣)، مرجع سابق، ص ص ٤٣٤-٤٧٥.
- (123) Russell J. Dalton, Paul A. Beck & Robert Huckfeldt, *Op. Cit.*, pp. 111-126.

- (124) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley, *Op. Cit.*, p. 289.
- (125) John Zaller (1992), *Op. Cit.*, p. 120.
- (126) *Ibid*, p. 140.
- (127) Steven E. Finkel, *Op. Cit.*
- (128) John Zaller (1992), *Op. Cit.*, p. 140.
- (١٢٩) لمزيد من التفاصيل عما تنهه الدراسة من بحوث مستقبلية، وماتقدمه من اقتراحات للمجال الإعلامي التطبيقي: شيماء ذو الفقار حامد (٢٠٠٣) مرجع سابق، ص ٥١٩-٥٢١.

قائمة بأهم مراجع الكتاب

قائمة بأهم مراجع الكتاب

- (1) Abraham Tesser & David Shaffer (1990) "Attitudes and Attitude Change", *Annual Review of Psychology*, vol. 41.
- (2) Albert Gunther & Ang peng Hwa (1996) public perceptions of Television Influence and opinions about censorship in singapore. *International Journal of public opinion Research*, vol. 8.
- (3) Albert Gunther & paul Mandy (1993) Biased optimism and the third-person Effect. *Journalism Quarterly*. Vol. 70, pp. 2-11.
- (4) Albert Gunther (1991) What we think others think: Causes and Consequences in the Third- person Effect. *Communication Research*. Vol. 18. No. 2.
- (5) Albert Gunther (1995) Overrating the X- Rating: the third-Person perception and Support for censorship of pornography. *Journal of Communication*, vol. 45, No. 2.
- (6) April E. Metzler, David Weiskotten & Keith J. Morgan (2000) "Adolescent HIV Prevention: An Application of The Elaboration Likelihood Model", Paper Presented at the Annual Conference of the American Psychological Association, August 4-8/2000, Pennsylvania.
- (7) Blair T. Johnson (1994) "Effects of Outcome- Relevant Involvement and Prior Information on Persuasion", *Journal of Experimental Social Psychology*, vol. 30, pp. 556-579.
- (8) Blais Johnson et al. (1992) "Letting The People Decide: Dynamics of a Canadian Election" (Stanford: Stanford University Press)
- (9) Breed, Warren & Ktsanes, Thomas (1961), Pluralistic Ignorance In The Process Of Opinion Formation . *Public Opinion Quarterly*. Vol.25, No.3.
- (10) Cynthia Hoffner et al (1999) Support for Censorship of Television Violence: The Role of The Third- Person Effect and News Exposure. *Communication Research*. Vol. 26, No. 6
- (11) Daniel O'Keefe (1991) "Persuasion: Theory and Research" 3rd ed. (Calif.: Sage Publications)

- (12) David Domki et al. (1998), "Media Priming Effects: Accessibility, Association and Activation", **International Journal of Public Opinion Research**, vol. 10, no.1
- (13) David Roskos-Ewoldsen (1997) "Attitude Accessibility and Persuasion: Review and a Transactive Model", **Communication Yearbook**, 20,
- (14) Davison, Phillips (1983), The Third - Person Effect in Communication, **Public Opinion Quarterly**, Vol.47
- (15) Dean C. Kazoleas (1993) "The Impact of Argumentativeness on Resistance to Persuasion", **Human Communication Research**, vol. 20, no. 1
- (16) Dhavan V. Shah (1999) Susceptibility and Severity: Perceptual Dimensions Underlying the third- person Effect. **Communication Research**. Vol. 26, no. 2
- (17) Dianne Rucinski, & Charles Salmon, (1990) The "Other" as The Vulnerable Voter: A study of the third- person Effect in the 1988 U.S. Presidential Campaign. **International Journal of public opinion Research**. Vol. 2
- (18) Douglas Mcleod, William Eveland & Amy Nathanson (1997) Support for Censorship of Violent and Misogynic Rap Lyrics: An Analysis of the third person Effect. **Communication Research**, vol. 24 No. 2
- (19) Duck, Julia et al (1995), " Me, Us and Them : Political Identification and The Third Person Effect In The 1993 Australian Federal Election . **European Journal of Social Psychology**, Vol.25
- (20) Emory Griffin (1994) "A First Look at Communication Theory", 2nd ed. (New York: McGraw-Hill, Inc.),
- (21) Eunkyung Jo & Leonard Berkowitz, (1994) "A Priming Effect Analysis of Media Influences: An Update" In: Dolf Zilmann & Jennings Bryant (Eds.) "Media Effects Advances In Theory and Research" (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates)
- (22) Eveland, William et al (1999) " Rethinking The Social Distance Corollary, Perceived Likelihood of Exposure and The-Third Person Percention. **Communication Research**. Vol.26. No.3.

- (23) George Edwards II et al., (1995) "Explaining Presidential Approval: The Significance of Issue Salience", *American Journal of Political Science*, vol. 39, no.1
- (24) Glynn, G.J. & Ostman, R.E. (1988) public opinion about public opinion. *Journalism Quarterly*, vol. 65.
- (25) Gunther, Albert & Chia, Stalla (2001), Predicting Pluralistic Ignorance : The Hostile Media Perception and its Consequences, *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol.74, No. 4
- (26) Gunther, Albert (1998), " The Persuasive Press Inferenceses Effect Of Mass Media On Perceived Public Opinon, *Communication Research*, Vol.25, No.5
- (27) Hans- Bernard Brosius & Dirk Engel (1996) The Causes of Third- person Effects: Unrealistic Optimism, Impersonal Impact, or Generalized Negative Attitudes Towards Media Influence ? *International Journal of public opinion Research*, vol. 8.
- (28) Hernando Rojas et al (1996) For the Good of Others: Censorship and the third- person Effect. *International Journal of Public opinion Research*, vol. 8,
- (29) Hyes, Andrew et al (2001) " Willings To Express One's Opinion in a Realistic as a function of perceived support for that opinion ", *International Journal Of Public Opinion Research*, Vol.13, No. 1
- (30) James A. Stimson (1995) "Opinion And Representation", *American Political Science Review*, vol. 89, no.1
- (31) James Tiedge et al (1991) Discrepancy Between perceived First- person and perceived Third- person Mass Media Effects. *Journalism Quarterly*, vol. 86 (spring- summer).
- (32) Joan Schleuder et al. (1991) "Inside the Agenda-Setting Process: How Political Advertising and TV News Prime Viewers to Think about Issues and Candidates" In F. Biocca (Ed.) "Television and Political Advertising", vol.1 (New Jersey: Erlbaum
- (33) Joanne Miller & Jon Krosnick (1997) "Anatomy of News Media Priming" in Shanto Iyengar & Richard Reeves (Eds.), "Do The Media Govern ?: Politicians, Voters and Reporters In America". (Calif.: SAGE Publications),

- (34) John Chapin (2000) Third- person perception and Optimistic Bias Among urban Minority at- Risk youth. **Communication Research**, vol. 27 no. 1
- (35) John Zaller & Stanely Feldman (1992) "A Simple Theory of the Survey Response: Answering Questions Versus Revealing Preferences", **American Journal of Political Science**, vol. 36, no.3
- (36) John Zaller (1991) "Information, Values, and Opinion", **American Political Science Review**, Vol. 85, No. 4,
- (37) John Zaller (1992) "**The Nature and Origins of Mass Opinion**" (London: Cambridge University Press),
- (38) John Zaller (1994) "Elite Leadership of Mass Opinion: New Evidence From the Gulf War" In: W. Lance Bennett & David L. Paletz (Eds.) "**Taken By Storm: The Media, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy in the Gulf War**" (Chicago and London: The University of Chicago Press),
- (39) John Zaller (1999) "Perversities in the Ideal of the Informed Citizenry", Paper Presented at Conference on "The Transformation of Civic Life", Middle Tennessee State University, Murfreesboro and Nashville, Tennessee, November 12-13, 1999, Cited at: www.nts.edu/~seig/paper-j-zaller.html on 19/4/2001.
- (40) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Impact of the Gulf War on the Ingredients of Presidential Evaluations: Multidimensional Effects of Political Involvement", **American Political Science Review**, vol.87, no.4
- (41) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Journal of Social Issues**, vol. 49, no. 4,
- (42) Jon Krosnick & Laura Brannon (1993) "The Media and the Foundations of Presidential Support: George Bush and the Persian Gulf Conflict", **Journal of Social Issues**, vol.49, no.4,
- (43) Julie Duck & Barbara Mullin (1995) The Perceived Impact of the Mass Media: Reconsidering the third person Effect. **European Journal of Social psychology**, vol. 25,

- (44) Julie M. Duck, Michael A. Hogg & Beborah J. Terry (1995) Me, Us and them: Political Identification and the third – person Effect in the 1993 Australian federal Election. *European Journal of Social Psychology*, vol. 25,
- (45) Kathleen Kelley Reardon (1991) "Persuasion In Practice" , (London: Sage Publications),
- (46) Katz, Elihu (1995), " Introduction : The State of the Art " In : Theodore Glasser & Charles Salmon (EDS), *Public Opinion and the Communication of Consent* . (PP: xxi-xxxiv), New York : Guilford .
- (47) Leonard Berkowitz & Karen Rogers (1986) "A Priming Effect Analysis of Media Influence" in: Jennings Bryant & Dolf Zillmann (Eds) "*Perspectives on Media Effect*", (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates)
- (48) Lisa Henriksen & June Flora (1999) Third- Person perception and Children: preceived Impact of Pro- and Anti- smoking Ads. *Communication Research*. Vol. 26, No. 6
- (49) M. Morgan & N. Signorielli (1990) "Cultivation Analysis Conceptualization and Methodology" In N. Signorielli & M. Morgan (Eds) "*Cultivation Analysis: New Directions of Media Effects Research*" (New Burypark: Sage Publications)
- (50) Major, Ann Marie (1997) Pluralistic Ignorance and The Climate Of Opinion In Real-Time Disaster Prediction, *International Journal Of Public Opinion Research*, Vol.9, No.2,
- (51) Matthew Mendelsohn (1996) "The Media and Interpersonal Communications: The Priming of Issues, Leaders and Party Identification", *The Journal of Politics*, vol. 58, No.1
- (52) Michael B. Salwen & paul D. Driscoll (1997) Consequences of Third – person perception in support of press Restrictions in the O.J. Simpson Trial. *Journal of Communication*, vol. 47, no. 2,
- (53) Michael Butzer & Lionel Marquitz (2000) "Public Opinion Formation In Swiss Federal Votes", *Paper Presented for the ECPR Joint Session of Workshops: Do Campaigns Matter ?*, 14-19 April 2000, Copenhagen,

- (54) Michael F. Meffert & Peter R. Schrott (1996) "Television News and Political Attitudes: The 1990 German Election", **Paper Presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association**, The San Francisco Milton and Towers, August 29- September 1, 1996.
- (55) Michael Miller & Timothy Levine (1996) "Persuasion" In: Michael Salwen & Don W. Stacks (Eds.) **"An Integrated Approach to Communication Theory and Research"** (New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers),
- (56) Michael Salwen & Michel Dupagne (1999) The Third- Person Effect: Perception of the Media's Influence and Immoral Consequences. **Communication Research**. Vol. 26, No. 5
- (57) Michael Tarrant & Christine Overdeest (1997) "The Effect of Persuasive Communication Strategies on Rural Resident Attitudes Toward Ecosystem Management", **Society and Natural Resources**, vol.10,
- (58) Michel Dupagne, Michael B. Salwen & Bryant paul (1999) Impact of Question order on the third- person Effect. **International Journal of public opinion research**, vol. 11, no. 4.
- (59) Miller, Dale & MacFarland, Cathy (1991), "When Social Comparison Goes Away : The Case of Pluralistic Ignorance" in : J.Suls & T.Wills (EDS) **Social Comparison : Contemporary Theory and Research**, Hillsdale, NJ : Erlbaum,
- (60) Miller, Dale & Prentice, Deborah (1994), **Collective Errors and Errors about the Collective**, Personality and Social Psychology Bulletin, Vol.20, No.5.,
- (61) Noell-Neumann, Elizabeth (1993), **The Spiral of Silence : Public Opinion – Our Social Skin**, The University of Chicago Press,
- (62) Paul Driscoll & Michael Salwen (1997) Self- perceived Knowledge of the O.J. Simpson Trial Third- person perception and perceptions of Guilt. **Journalism and Mass Communication Quarterly**, vol. 74, No. 3,
- (63) Perloff, Richard (1993), Third – Person Effect Research (1983- 1992) : A Review and Synthesis . **International Journal Of Public Opinion Research**, Vol.5, No.2,

- (64) Philip J. Powlick & Andrew Z. Katz (1998) "Defining The American Public Opinion / Foreign Policy Nexus", **International Studies Quarterly**, vol. 42
- (65) Prachant Malaviya et al. (1996) "The Effect of Type of Elaboration on Advertisement Processing and Judgment", **Journal of Marketing Research**, vol. XXXIII,.
- (66) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1993) "Pluralistic Ignorance and Alcohol use on Campus : Some Consequences of misperceiving the Social Norm, **Journal of Personality and Social Psychology**, Vol.64, No.2
- (67) Prentice, Deborah & Miller, Dale (1996), Pluralistic Ignorance and The Perception Of Social Norms By Unwitting Actors, In Mark P./anna (ED) **Advanced in Experimental Social Psychology**, Vol.28, New York, Academic Press.
- (68) R. Michael Alvarez & John Brehm (1995) "American Ambivalence Towards Abortion Policy: Development of "Heter-Oskedastic Probit Model of Competing Values", **American Journal of Political Science**, vol. 39, no. 4.
- (69) Richard M. perloff (1993) Third – person Effect Research 1983-1992: A Review and Synthesis. **International Journal of public opinion Research**, vol. 5, no. 2
- (70) Richard M. perloff (1996) perceptions and conceptions of political Media Impact: The third person Effect and Beyond. In: Ann crigler (ed) **The pyschology of political communication**. Ann Arbor: The University of Michigan press.
- (71) Richard Petty & John Cacioppo (1990), Involvement and Persuasion: Tradition Versus Integration", **Psychological Bulletin**, vol. 107, no.3
- (72) Robert Goidel et al., (1997) "Priming Theory and RAS Models: Toward an Integrated Perspective of Media Influence", **American Politics Quarterly**, vol. 25
- (73) Robert K. Goidel, Todd G. Shields & Mark Peffley (1997) "Priming Theory and RAS Models: Toward An Integrated Perspective of Media Influence", **American Politics Quarterly**, vol. 25

- (74) Russell J. Dalton, Paul A. Beck & Robert Huckfeldt (1998) "Partisan Cues and the Media: Information Flows in the Presidential Election", *American Political Science Review*, vol. 92, no. 1
- (75) Sawen, Michael & Driscoll, Paul (1997), Consequences Of Third - Person Perception In Support Of Press Restintions In The O.J. Simpson Trial . *Journal Of Communication*, Vol.47, No.2,
- (76) Shamir & Jacob (1993), Pluralistic Ignorance Revisited : Perception of Opinion Distributions In Israel, *The International Journal of Public Opinion Research*, Vol.5
- (77) Shamir, Jacob & Shamir, Michal (1997), Pluralistic Ignorance Across Issues and Overtime : Information Cues and Biases . *Public Opinion Quarterly*, Vol.61, No.
- (78) Shamir, Jacob (1993) "Pluralistic Ignorance : Perception of Opinion Distributions in Israel ", *International Journal Of Public Opinion Research*, Vol.5, No. 1
- (79) Shanto Iyengar & Adam Simon, (1993) "News Coverage of the Gulf Crisis and Public Opinion: A Study of Agenda-Setting, Priming, and Framing", *Communication Research*, vol. 20, no. 3
- (80) Smith, G., Gerrard, M. & Gibbons, F. (1997) Self- Esteem and the Relation between Risk Behavior and perceptions of Vulnerability to Unplanned Pregnancy in College Women. *Health Psychology*, vol. 16 No. 2
- (81) StevenE. Finkel (2000) "Can Tolerance be Taught ? Adult Civic Education and the Development of Democratic Values", *Paper Presented at the Conference "Rethinking Democracy in the New Millennium"*, University of Houston, February 16-19, 2000.
- (82) Taeku Lee (1998) "Black Insurgency and The Dynamics of Racial Attitudes In The United States, 1956-64", *Paper Presented at the Annual Meeting of the American Political Science Association*, Washington, D.C.
- (83) Taylor, Garth (1982), "Pluralistic Ignorance and The Spiral of Silence : A Formal Analysis, *Public Opinion Quarterly*, Vol.46, No.3

- (84) Traugott, Michael (1992) " The Impact of Media Polls on The Public " In Thomas E.Mann & Gary R.Orren (EDS), *Media Polls in American Politics*, Washington, Dc., The Brookings Institution .
- (85) Vallone, Robert ; Ross, Lee & Lepper, Mark (1985), " The Hostile Media Phenomenon : Biased Perception and Perceptions of Media Bias in Coverage of the Beirut Messacre ", *Journal Of Personality and Social Psychology*, Vol.49, No.3.
- (86) Ven- Hwei Lo & Anna Paddon (2000) Third – Person perception and Support for pornography Restriction: Some Methodological problems. *International Journal of Public opinion Research*. Vol. 12, No. 1
- (87) Vera Hoorens & Suzanne Ruiter (1996) The optimal Impact phenomenon: Beyond the Third person Effect. *European Journal of Social Psychology*. Vol. 26
- (88) Vincent price & David Tewksbury (1996) Measuring The Third person Effect of News: The Impact of Question order, Contrast and Knowledge. *International Journal of Public Opinion Research*, vol. 8
- (89) Vincent price, David Tewksbury & Li-Ning Huang (1998) Third- person Effects on publication of a Holocaust- Denial Advertisement. *Communication Research*. Vol. 48. Spring.
- (90) William Eveland & Douglas Mcleod (1999) The Effect of Social Desirability on perceived Media Impact: Implications for third person perceptions. *International Journal of public opinion Research*. Vol. 11, No. 4
- (91) William Eveland et al (1999) Rethinking the Social Distance Corollary, Perceived Likelihood of Exposure and the Third-person perception. *Communication Research*, vol. 26 No. 3
- (92) Wolfram Peiser & Jochen Peter (2000) Third- Person Perception of Television – Viewing Behavior, *journalism Quarterly*, vol. 50 Winter
- (93) Zhongdang Pan & Gerald Kosicki (1997) "Priming and Media Impact on the Evaluations of the President's Performance", *Communication Research*, vol. 24, no.1.